

## **Publikationsliste Prof. Dr. Dr. Thomas Schildhauer**

Stand 04/2020

### **a) Artikel in Büchern und Fachzeitschriften**

Regierer, C., Theobald, O., Schildhauer, T. & Freimuth, J. Qualitätszeit für erweiterte Beratung. Digitalisierter Wandel in der Wirtschaftsprüfung. OrganisationsEntwicklung: Smarter Wandel – Digitale Medien im Change Ausgabe: 02/2020, S. 20-24

Grosse, M., Send, H. & Schildhauer, T. (2019). Lessons Learned from Establishing the Energy Informatics Business: Case of a German Energy Company. *Sustainability*, 11(3), 857; <https://doi.org/10.3390/su11030857>

Schildhauer, T., Flum, T. & Voss, H. (2018). „Weiterbildung 4.0“ für die Wirtschaft 4.0. In *Digitalisierung im Spannungsfeld von Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Recht* (pp. 283-298). Springer Berlin.

Adlmaier-Herbst, G., & Schildhauer, T. (2018). Digitale Transformation in KMU (Teil 6 von 7). Interne Erneuerung: Digitalisierung wollen und können. *KMU-Magazin*, 1.

Adlmaier-Herbst, G., & Schildhauer, T. (2017). Digitale Transformation in KMU (Teil 5 von 7): Erfolgskurs in die Digitalisierung. *KMU-Magazin*, 12.

Adlmaier-Herbst, G., & Schildhauer, T. (2017). Digitale Transformation in KMU (Teil 4 von 7): Die Phase der Analyse in drei systematischen Schritten. *KMU-Magazin*, 11.

Richer, N., Jackson, P., Schildhauer, T. (2017). Entrepreneurship und Nationaler Wohlstand - Warum Deutschland mehr für seine Gründer tun muss. *HIIG Discussion Paper Series*.

Richter, N., Jackson, P., & Schildhauer, T. (2017). Open Innovation with digital startups using Corporate Accelerators - A review of the current state of research. *Zeitschrift für Politikberatung*, 9.

Richter, N., Schildhauer, T. (2017). Startup Clinics - Praxisforschung und „Erste Hilfe“ für Internet Startups. *HIIG Discussion Paper Series*, (forthcoming).

Schildhauer, T., Stumpp, S. (2017). Onlinepartizipation für den und mit dem modernen Verbraucher. In Freytag, M., Verbrauchervertrauen - Die neue vernetzte Welt: Herausforderungen für Unternehmen und Kunden (pp. 252-263). Frankfurt: Frankfurter Allgmeine Buch.

Alexander von Humboldt Institute for Internet and Society (2017). IOT & TRUST - Researchers Conference Booklet, Alexander von Humboldt Institute for Internet and Society. (2017). IOT & TRUST - Researchers Conference Booklet (I. Pernice, T. Schildhauer, R. Tech,

& C. Djeflal, Eds.). Berlin, Germany: Alexander von Humboldt Institute for Internet and Society.

Hebing, M., Ebert, J. & Schildhauer, T. (2017). Startup Ökosysteme. Eine Studie des Alexander von Humboldt Instituts für Internet und Gesellschaft mit Unterstützung von Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie, Next Media Hamburg, Next Media Accelerator, Die Zeit.

Ksoll W., Schildhauer T., Beck A. (2017). Open Data - Wertschöpfung im digitalen Zeitalter.

Richter, N., Jackson, P., Neumann, K., Volquartz, L., Schildhauer, T. (2017). Entrepreneurship in Deutschland, Richter, N., Jackson, P., Neumann, K., Volquartz, L., Schildhauer, T. (2017). Entrepreneurship in Deutschland, Volume 1.

Wrobel, M., Schildhauer, T., Preiß, K. (2017). Kooperationen zwischen Startups und Mittelstand. Learn. Match. Partner. Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft..

Fecher, B., Schulz, W., Preiß, K., & Schildhauer, T. (2016). Schlüsselressource Wissen: Lernen in einer digitalisierten Welt. Studie des Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft im Auftrag des Bundesverband der deutschen Industrie (BDI) und der Internet Economy Foundation (IE.F).

Schildhauer, Thomas; Flum, Thomas; Voss, Hilger: Weiterbildung im Kontext der Wirtschaft 4.0, in: Controlling, 28 Jg., Heft 4-5, 2016, S. 266-272.

Richter, Nancy; Schildhauer, Thomas: Innovation, Gründungskultur und Start-ups made in Germany, in: Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): Aus Politik und Zeitgeschichte: Unternehmertum, Ausgabe 16-17/2016, April 2016, S. 19-25.

Schildhauer, Thomas; Stumpp, Stefan: Onlinepartizipation für den und mit dem modernen Verbraucher, in: Freytag, Michael (Hrsg.): Verbrauchervertrauen - Die neue vernetzte Welt: Herausforderungen für Unternehmen und Kunden, Frankfurter Allgemeine Buch, 2015, S. 252-263.

Schildhauer, Thomas; Voss, Hilger: Big Data als Schlüsselfaktor der digitalen Kommunikation, in: digital business CLOUD, April 2015, S. 22-24.

Schildhauer, Thomas; Voss, Hilger: Schlüsselfaktor Mobilität, in: digital business CLOUD, März 2015, S. 40-42.

Hamelberg, Susanne; Schildhauer, Thomas: Das Zentralinstitut für Weiterbildung/ UdK Berlin Career College als lernende Organisation im stetigen Wandel, in: DGWF Hochschule und Weiterbildung Ausgabe 01/2015, S. 70-72.

Schildhauer, Thomas: Highlight Entrepreneurship, in: *encore. The Annual Research Magazine of the Alexander von Humboldt Institute for Internet and Society*. Volume 2014, März 2015. S. 145.

Schildhauer, Thomas: Schlüsselfaktor Cloud Computing, in: *digital business CLOUD*, Januar 2015, S. 24-25.

Schildhauer, Thomas: Fallstudie. Stört die Community bei der Expansion? Meinung Thomas Schildhauer, in: *Harvard Business Manager Spezial* 2015, S. 101.

Schildhauer, Thomas: Wie bestimmt das Internet künftig die Innovationskraft und -geschwindigkeit Ihres Unternehmens? Antwort Thomas Schildhauer, in: *Harvard Business Manager Spezial* 2015, S. 24.

Friesike, Sascha; Schildhauer, Thomas: Open Science: Many good resolutions, very few incentives, yet, in: Welppe, Isabell M.; Wollersheim, Jutta; Ringelhan, Stefanie; Osterloh, Margit (Hrsg.): *Incentives and Performance - Governance of Research Organizations*, Springer, 2014, S. 277-290.

Friesike, Sascha; Widenmayer, Bastian; Gassmann, Oliver; Schildhauer, Thomas: Opening Science: Towards an Agenda of Open Science in Academia and Industry, *The Journal of Technology Transfer*, November 2014, S. 1-21.

Hamelberg, Susanne; Schildhauer, Thomas: Lebenslanges Lernen: das Zentralinstitut für Weiterbildung/UdK Berlin Career College als lernende Organisation im stetigen Wandel, in: *DGWF-Jahrestagung 2014. Wissenschaftliche Weiterbildung neu denken! - Ansätze und Modelle für eine innovative Gestaltung von Weiterbildung und lebenslangem Lernen an Hochschulen*, Hamburg 2014, S. 79-80.

Send, Hendrik; Friesike, Sascha; Ebert, Julia; Gollatz, Kirsten; Schildhauer, Thomas: *Online Participation and Decision-Making*, HIIG Discussion Paper Series No. 7., Berlin 2014.

Schildhauer, Thomas; Voss, Hilger: Open Innovation and Crowdsourcing in the Sciences, in: Bartling, Sönke; Friesike, Sascha (Hrsg.): *Opening Science - The Evolving Guide on How the Internet is Changing Research, Collaboration and Scholarly Publishing*, Springer Open, 2014, S. 255-269.

Fischer, Florian; Schildhauer, Thomas: Vernetzter Urbanismus. Von der Netz- zur Stadtentwicklungspolitik, in: *polis. Magazin für Urban Development*, 2013.

Schildhauer, Thomas; Susanne Hamelberg: Soziale Medien, eine Herausforderung für die Hochschullehre, *Unigestalten E-Paper Kommunikation*, Dezember 2012, S. 42-45.

Schildhauer, Thomas; Voss, Hilger: Crowdsourcing, in: Braun, Gabriele (Hrsg.): Leitfaden Digitaler Dialog - Professioneller Kundenkontakt mit Social Media, E-Mail und Mobile, marketing-BÖRSE, 2012, S. 315-328.

Schildhauer, Thomas; Voss, Hilger: Kreative Potenziale ausschöpfen durch Crowdsourcing & Co., in: Becker, Lutz; Gora, Walter; Uhrig, Matthias (Hrsg.): Informationsmanagement 2.0. Neue Geschäftsmodell und Strategien für die Herausforderungen der digitalen Zukunft, Symposium, Düsseldorf 2012, S. 493-507.

Krcmar, Helmut; Böhm, Markus; Friesike, Sascha; Schildhauer, Thomas: Business Models, WhitePaper für das 1. Berlin Symposium des Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft, Berlin 2011.

Schildhauer, Thomas; Busch, Carsten; Trobisch, Nina; Steinicke, Martin; Conrad, Hamelberg, Susanne: Berufsorientierte Fundierung von Weiterbildungskonzepten im Zentralinstitut für Weiterbildung an der Universität der Künste Berlin, in: Strauß, Annette; Häusler, Marco; Hecht, Thomas: Hochschulen im Kontext lebenslangen Lernens: Konzepte, Modelle, Realität. DGWF Jahrestagung 2010, Hamburg 2011.

Schildhauer, Thomas: Open Innovation und digitale Kommunikation - Vier Thesen zum Aufbruch in neue Welten, in: Thomas Schildhauer; Trobisch, Nina; Busch, Carsten (Hrsg.): Realität und Magie des Heldenprinzips heute. Ein Arbeitsbuch für Wirtschaft, Wissenschaft und Weiterbildung. Verlagshaus Monsenstein und Vannerdat, Münster 2011, S. 148-155.  
Schildhauer, Thomas: Sind Manager Helden?, in: Die Welt - Karrierewelt, 9./11. April 2011, S. 5.

Schildhauer, Thomas; Busch, Carsten; Trobisch, Nina; Steinicke, Martin; Conrad, Florian; Denisow, Karin: HELD: Innovationsdramaturgie nach dem Heldenprinzip, in: Möslein, Kathrin

M.; Trinczek, Rainer; Bullinger, Angelika C.; Danzinger, Frank; Lücking, Stefan (Hrsg.): BALANCE Konferenzband. Flexibel, stabil und innovativ: Arbeit im 21. Jahrhundert, Cuvillier, Göttingen 2010, S. 97-106.

Schildhauer, Thomas; Godefroid, Patrick: Intelligente Objekte - Ambient Assisted Living, in: Klingenburg, Peter; Nebendahl, Jens F. (Hrsg.): Webolution: (Über-) Leben in der digitalen Welt, BusinessVillage, Göttingen 2010, S. 122-129.

Schildhauer, Thomas; Janszky, Sven Gabor: Vom Internet zum Outernet - Strategieempfehlungen und Geschäftsmodelle der Zukunft in einer Welt der Augmented Realities, White Paper, Institute of Electronic Business e. V., Berlin 2010.

Schildhauer, Thomas; Voss, Hilger: Business 2.0 - Ideale Wertschöpfung in der digitalen Wirtschaft, White Paper, Institute of Electronic Business e.V., Berlin 2010.

Stephan, Peter Friedrich; Schildhauer, Thomas: Die Gestaltung künftiger Wissensräume - Eine Aufgabe des Cognitive Design, in: Klingenburg, Peter; Nebendahl, Jens F. (Hrsg.): Webolution: (Über-)Leben in der digitalen Welt, BusinessVillage, Göttingen 2010, S. 32-37.

Schildhauer, Thomas: Der Kundenwert als Zielgröße im Marketing, in: Eisinger, Thomas; Rabe, Lars; Thomas, Wolfgang (Hrsg.): Performance Marketing - Erfolgsbasiertes OnlineMarketing - Mehr Umsatz im Internet mit Suchmaschinen, Bannern, E-Mails & Co., BusinessVillage, Göttingen 2009, S. 205-215.

Schildhauer, Thomas; Voss, Hilger: Kundenkommunikation im Zeitalter von Transparenz und Digitalisierung, in: Zerfaß, Ansgar; Möslein, Kathrin M. (Hrsg.): Kommunikation als Erfolgsfaktor im Innovationsmanagement - Strategien im Zeitalter der Open Innovation, Wiesbaden 2009, S. 259-270.

Schildhauer, Thomas: Geschäftsprozesse für mobile Anwendungen, in: Sieck, Jürgen; Herzog, Michael A. (Hrsg.): Wireless Communication and Information, Kongressband zur Tagung 2008/2009, Verlag Werner Hülsbusch, Boizenburg 2009, S. 9-21.

Schildhauer, Thomas; Godefroid, Patrick: StoryLayer: Konzeption einer Location-Based Entertainment Plattform, in: Sieck, Jürgen; Herzog, Michael A. (Hrsg.): Wireless Communication and Information, Kongressband zur Tagung 2008/2009, Verlag Werner Hülsbusch, Boizenburg 2009, S. 195-205.

Schmidt, Sebastian; Schildhauer, Thomas: Möglichkeiten und Grenzen des Einsatzes von Social Media im Projektmanagement. Einblicke in Praxis und Wissenschaft, in: Dorn, KarlHeinz; Engstler, Martin; Fitzsimons, Conor John; Kerber, Gerrit; Wagenhals, Klaus; Wagner, Reinhard (Hrsg.): Projekte als Kulturerlebnis. Beiträge zur Konferenz »interPM«, dpunktVerlag, Heidelberg 2009, S. 49-62.

Aßmann, Jörg; Schildhauer, Thomas: Digitale Markenführung (E-Branding) und Markennamenswechsel, in: Hamer, Hans H. (Hrsg.): Brand Name Change - Strategien für den erfolgreichen Markennamenwechsel, BusinessVillage, Göttingen 2008, S. 83-89.

Aßmann, Jörg; Schildhauer, Thomas: Kundenkarten im Customer Relationship Management (CRM): Nutzen für Kunden und Unternehmen, in: Hämmerling, Anette (Hrsg.): Kompendium der Schuhwirtschaft, Jahrbuch für Handel, Industrie und Dienstleister 2009, FAZ.-Institut, Frankfurt a. M. 2008, S. 80-85.

Aßmann, Jörg; Waller, Christian; Schildhauer, Thomas: Interaktive Wertschöpfung im Social Web als neue Grundlage der Produktentwicklung, in: Zerfaß, Ansgar; Welker, Martin, Schmidt, Jan (Hrsg.): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web - Weblogs, Wikis, Podcasts und Communities aus interdisziplinärer Sicht, Halemverlag, Köln 2008.

Schildhauer, Thomas; Michelis, Daniel; Resatsch, Florian; Nicolai, Thomas: The

Disappearing Screen: Scenarios Audible Interfaces, in: Journal of Personal and Ubiquitous Computing 1/2008. S. 27-33.

Schildhauer, Thomas: Bildungschancen im Digitalen Zeitalter. Über neue Wege der Wissensgesellschaft, Bildungschancen und Bildungspflicht, in: thinktank 3. Jahrgang, Heft 08/Frühling 2008, S. 39.

Schildhauer, Thomas: Vorwort für das eBusiness Jahrbuch 2007/2008, in: Wegweiser Berlin GmbH (Hg.): eBusiness Jahrbuch der deutschen Wirtschaft, Wegweiser-Verlag, Berlin 2007.  
Schildhauer, Thomas; Grothe, Martin: Unternehmenskommunikation im Web 3.D - Nutzertypologien, erste Erfahrungen mit Second Life und Kampagnenbeispiele im Überblick, Institute of Electronic Business e.V., Berlin 2007.

Schildhauer, Thomas; Michelis, Daniel: Teleport now! Kommunikation in Digitalen Welten, in: Meckel, Miriam; Stanoevska-Slabeva, Katarina (Hrsg.): Web 2.0 - Die nächste Generation Internet, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2008.

Schildhauer, Thomas: Wir sehen uns auf der IFA, Berlin Maximal, Ausgabe 09/2007, S.14-20.

Schildhauer, Thomas: Digital Living - Wie werden wir morgen leben, arbeiten und einkaufen?, USP, Ausgabe 03/2007, S. 7.

Schildhauer, Thomas: Führung und Innovation, in: Barske, Heiko; Gerybadze, Alexander; Hünninghausen, Lars; Sommerlatte, Tom: Digitale Fachbibliothek Innovationsmanagement, Symposium, Düsseldorf 2006.

Schildhauer, Thomas; Johannsen, Pascal: Führung und Innovation, in: Becker, Lutz;

Ehrhardt, Johannes; Gora, Walter (Hrsg.): Führungskonzepte und Führungskompetenz. Symposium, Düsseldorf 2006, S. 305-328.

Resatsch, Florian; Michelis, Daniel; Schildhauer, Thomas; Hartz, Laura; Raab, Gerhard; Marburger, Peter: RFID in der Luftfahrtbranche mit Fokus auf Flughäfen, in: Cremers, Armin B.; Manthey, Rainer; Martini, Peter; Steinhage, Volker: INFORMATIK 2005 - Informatik LIVE! Band 1, Beiträge der 35. Jahrestagung der Gesellschaft für Informatik e.V. (GI), Bonn, 19. bis 22. September 2005, S. 297- 301.

Schildhauer, Thomas: Die Meta-Ebene der interaktiven Kommunikation, in: Wirtschaft Digital, Heft 2/2005, S. 45-48.

Schildhauer, Thomas; Grothe, Martin: Data Spider - Ein Blick voraus. Bewältigung immer komplexerer Geschäftsanforderungen durch neue Tool-Generationen, in: Schildhauer, Thomas; Gronau, Norbert; Petkoff, Boris (Hrsg.): Wissensmanagement - Motivation.

Organisation, Integration. Tagungsband zur KnowTech 2005. 7. Konferenz zum Einsatz von Knowledge Management in Wirtschaft und Verwaltung, GITO-Verlag, Berlin 2005, S. 385-394.

Schildhauer, Thomas; Herz, Peter; Kussmaul, Alfrid: E-Government als Ansatz der Integration dezentraler Managementstrukturen, in: Koch, Rainer; Conrad, Peter (Hrsg.): Verändertes Denken - Bessere Öffentliche Dienste?!, Deutscher Universitätsverlag, Wiesbaden 2004.

Schildhauer, Thomas: Der Schlüssel für den Erfolg von Web-Portalen, in: Computerwoche. 1/2001, S. 17-18.

Schildhauer, Thomas: e-commerce: Überwindung traditioneller Prozesse, in: UnternehmerMagazin. 1-2/2000, S. 44-46.

Schildhauer, Thomas: Communities im ländlichen Raum - neue Chancen durch die elektronischen Medien, in: Balance-Management zwischen Global City und EUAußengrenze. OIKOS 6/1999 (1), S. 84-87.

Schildhauer, Thomas: Netzwerke im ländlichen Raum, in: Strukturwandel im ländlichen Raum. OIKOS 4/1997 (1), S. 77-81.

Schildhauer, Thomas: Erfolgsfaktoren für die Softwareindustrie, in: DV-Management, 2/1997, S. 85-89.

Schildhauer, Thomas: Borderless Organization - Instrument der Customer Integration am Beispiel der Lufthansa Systems Berlin GmbH, in: Kleinaltenkamp, Michael; Fließ, Sabine; Jacob, Frank (Hrsg.): Customer Integration - Von der Kundenorientierung zur Kundenintegration, Gabler Verlag, Wiesbaden 1996, S. 137-148.

Schildhauer, Thomas: Projekt Samson, in: Informatik - Forschung und Entwicklung, 11/1996, S. 46-48.

Schildhauer, Thomas: Förderpreis SoftwareQualität - FSQ. Software für Europa, in: Dokumentation zur Tagung, 11/1995.

Schildhauer, Thomas: Umsetzung einer Qualitätsinitiative für den Wirtschaftsstandort Deutschland, in: Tagungsband Online-Konferenz, 1995, S. K221.01-K221.15.

Schildhauer, Thomas: Weltweite Vernetzung für ein flächendeckendes Fernwartungssystem, in: Datacom, 9/1995, S. 130-135.

Schildhauer, Thomas: Information Management, in: Fachkonferenz Steigerung der DVWirtschaftlichkeit, Plenum Management Consulting, Wiesbaden 7/1995.

Schildhauer, Thomas: Förderung der Softwarequalität durch Umsetzung einer Qualitätsinitiative für den Wirtschaftsstandort Deutschland - Der Förderpreis Softwarequalität, in: DV-Management, Erich Schmidt Verlag 2/1995, S. 84-88.

Schildhauer, Thomas: Förderpreis SoftwareQualität - FSQ. Kommunikations- und mobilitätsunterstützende Software, in: Dokumentation zur Tagung, 11/1994.

Schildhauer, Thomas: Dem Informations-Management wachsen Flügel, in: ONLINE, 10/1994. S. 6-12.

Schildhauer, Thomas: Die Zielgruppenwerkstatt - Der erfolgreiche Weg zur Umsetzung von Marketingstrategien für mittelständische Softwareunternehmen, in: Albrecht, Oliver; Bethke, Kai; Loock, Friedrich (Hrsg.): Marketing für den Mittelstand - Konzept und Fallstudien, Gabler Verlag Wirtschaft, Wiesbaden 1994, S. 122-132.

Schildhauer, Thomas: Flexibilisierung der Leistungstiefe, in: ZWF CIM, 10/1994, S. 482-484.

Schildhauer, Thomas: Strategisches Marketing für eine ausgelagerte DV-Tochtergesellschaft am Beispiel der Lufthansa Informationstechnik und Software GmbH Berlin, in: Kleinaltenkamp, Michael (Hrsg.): Tagungsband des 3. Dienstleistungsmarketing-Workshops - Dienstleistungsmarketing - Konzeptionen und Anwendungen, Gabler Verlag, Wiesbaden 9/1994.

Schildhauer, Thomas: Kostenreduktion und gleichzeitige Leistungssteigerung in der Informatik - Information-Management im Spannungsfeld, in: DV-Management, 4/1994, S. 122-132.

#### **b) Buchveröffentlichungen (Monografien, Herausgeberschaften)**

Richter, N., Jackson, P., Schildhauer, T. (2018). Entrepreneurial Innovation and Leadership - Preparing for a digital future. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Michelis, Daniel; Schildhauer, Thomas (Hrsg.): Social Media Handbuch. Theorien, Methoden, Modelle und Praxis, 3. aktualisierte und erweiterte Auflage, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2015.

Busch, Carsten; Schildhauer, Thomas (Hrsg.): Digital-experimentelle Lernkulturen und Innovationen, Verlag Werner Hülsbusch, Glückstadt 2014.

Michelis, Daniel; Schildhauer, Thomas (Hrsg.): Social Media Handbuch, 2. aktualisierte und erweiterte Auflage, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2012.

Schildhauer, Thomas (Hrsg.): Erfolgsfaktor Musikmarketing im Social Web, Kohlhammer Verlag, Stuttgart 2012.

Schildhauer, Thomas; Trobisch, Nina; Busch, Carsten (Hrsg.): Realität und Magie des Heldenprinzips heute. Ein Arbeitsbuch für Wirtschaft, Wissenschaft und Weiterbildung, Verlagshaus Monsenstein und Vannerdat, Münster 2011.

Michelis, Daniel; Schildhauer, Thomas: Social Media Handbuch. Theorien, Methoden, Modelle, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2010.

Schildhauer, Thomas (Hrsg.); von zur Mühlen, Bernt; Hamelberg, Susanne; Sademann, Anke; Taubert, Annette: Bestandserhebung. Systematische Berufsfeldforschung und Weiterbildungsbedarf in den Creative Industries Berlin, Universität der Künste Berlin, Berlin 2010.

Herzog, Otthein; Schildhauer, Thomas (Hrsg.): Intelligente Objekte - Technische Gestaltung, wirtschaftliche Verwertung, gesellschaftliche Wirkung, Springer, Berlin/Heidelberg 2009.

Schildhauer, Thomas; Loose, Maja-Florence; Schultze, Matthias (Hrsg.): Internet of Services - Internet everywhere - was bedeutet das für Unternehmen, deren Produkte und Services 3.0?. Kongressband zum 10. E12-Gipfel. 27., 28. November 2008, Institute of Electronic Business e.V., Berlin 2009.

Schildhauer, Thomas; Peppel, Claudia: Jahrbuch für digitale Kommunikation, Band 03, Universität der Künste Berlin, Berlin 2008.

Busch, Carsten; Käfer, Günter; Schildhauer, Thomas; Kemmerich, Peter; Milla, Johannes; Pannen, Heinrich Georg; Severin, Andreas; Wilsberg, Klaus; Ziems, Dirk: Edition Marke. Geburt von Marken, BusinessVillage, Göttingen 2007.

Schildhauer, Thomas (Hrsg.): Next Generation Collaboration - digital world meets business. Kongressband zum 9. E12-Gipfel. 12.10.2007, Institute of Electronic Business e.V., Berlin 2007.

Schildhauer, Thomas; Peppel, Claudia: Jahrbuch für digitale Kommunikation, Band 02, Universität der Künste Berlin, Berlin 2007.

Schildhauer, Thomas (Hrsg.): Digitales er\_leben, Kongressband zum 7. E12-Gipfel, 02.12.2005, Institute of Electronic Business, Berlin 2006.

Schildhauer, Thomas (Hrsg.): SICHERHEIT - Scanning the Future, Kongressband zum 8. E12-Gipfel, 29.09.2006, Institute of Electronic Business, Berlin 2006.

Schildhauer, Thomas; Peppel, Claudia: Jahrbuch für digitale Kommunikation, Band 01,

Universität der Künste Berlin, Berlin 2006.

Schildhauer, Thomas; Braun, Matthias; Schultze, Matthias; Busch, Carsten (Hrsg.): Business Innovation Management - Durch E-Business die Innovationsprozesse in Unternehmen optimieren, Kongressband zum 6. E12-Gipfel, 12.11.2004, BusinessVillage, Göttingen 2005.

Schildhauer, Thomas; Gronau, Norbert; Petkoff, Boris (Hrsg.): Wissensmanagement - Wandel, Wertschöpfung, Wachstum, Tagungsband zur KnowTech 2004, GITO-Verlag, Berlin 2004.

Schildhauer, Thomas; Grothe, Martin; Braun, Matthias; Schultze, Matthias (Hrsg.): Business Intelligence - Durch E-Business Strategien und Prozesse verbessern, 5. E12-Gipfel, 23.04.2004, BusinessVillage, Göttingen 2004.

Schildhauer, Thomas; Braun, Matthias; Schultze, Matthias (Hrsg.): Corporate Knowledge - Durch E-Business das Unternehmenswissen bewahren, Kongressband zum 4. E12-Gipfel, 19.9.2003, BusinessVillage, Göttingen 2003.

Schildhauer, Thomas: Lexikon Electronic Business, Verlag Oldenbourg, München 2002.  
Schildhauer, Thomas: Methoden zur Bestimmung optimaler Leistungstiefe der Informations- und Kommunikationstechnik in Krankenhäusern - am Beispiel des Unfallkrankenhauses Berlin, Dissertationsschrift, TU Berlin, Berlin 2001.

Fank, Matthias; Schildhauer, Thomas, Klotz, Michael: Informationsmanagement: Umfeld - Fallbeispiele, Verlag Oldenbourg, München 1998.

Schildhauer, Thomas: Strategisches Softwaremarketing - Übersicht und Bewertung, Dissertationsschrift, Deutscher Universitätsverlag, Wiesbaden 1992.

### **c) Studien**

Anderl, E., Bauer, K., Bauernhansl, T., Bond, J., Broy, M., Bullinger-Hoffmann, A., Creutz, S.-M., Eckert, C., Epple, U., Fabian, J.-H., Fay, A., Fehring, A., Frank, U., Gau-Semeier, J., Goericke, D., Hamann, S., Hirsch-Kreinsen, H., ten Hompel, M., Hornung, G., Kubach, U., Lanza, G., Liggesmeyer, P., Nebel, W., Pfeiffer, S., Piller, F. T., Post, P., Schildhauer, T., Schöning, H., Stark, R., Wahlster, W., von Wichert, G. (2019). Themenfelder Industrie 4.0: Forschungsbedarf zur erfolgreichen Umsetzung von Industrie 4.0. Ein Papier des Forschungsbeirats der Plattform Industrie 4.0.

Richter N, Jackson P, Schildhauer T. (2018). Outsourcing creativity: An abductive study of open innovation using corporate accelerators. *Creativity and Innovation Management*, 27 (1) 69 - 78.

Richter, N., Schildhauer, T., Volquartz, L., Neumann, K. (2017). Was Internet Startups in Berlin erfolgreich macht - Eine qualitative Untersuchung zu fördernden und hindernden Faktoren. *HIIG Discussion Paper Series*.

Saarbacher, M., Schildhauer, T., Schleicher, T., & Näfelt, A. (2017). Bereit für die 2. Welle der Open Innovation.

Schildhauer, T., Beck, A. & Marie Garbe, L. (2017). Digitalisierungstrends in der beruflichen Aus- und Weiterbildung. Welche Faktoren beeinflussen heute und morgen den Einsatz digitaler Lernsysteme?

Richter, Nancy; Volquartz, Lucie; Schildhauer, Thomas; Neumann, Konstanze: Fostering and Hinderling Factors - Success of Early Stage Internet-Enabled Startups, *HIIG Discussion Paper Series*, Berlin 2016.

acatech (Hrsg.): Kompetenzentwicklungsstudie Industrie 4.0 - Erste Ergebnisse und Schlussfolgerungen, München 2016.

Hansch, Anna; Hillers, Lisa; McConachie, Katherine; Newman, Christopher; Schildhauer, Thomas; Schmidt, Philipp: Video and Online Learning: Critical Reflections and Findings from the Field, *HIIG Discussion Paper Series*, Berlin 2015.

Dopfer, Martina; Grafenstein, Maximilian von; Richter, Nancy; Schildhauer, Thomas; Tech, Robin P. G.; Trifonov, Stefan; Wrobel, Martin: Fördernde und hindernde Faktoren für Internet-Enabled Startups, *HIIG Discussion Paper Series*, Berlin 2015.

Al-Ani, Ayad; Stumpp, Stefan; Schildhauer, Thomas: Crowd-Studie 2014 - Die Crowd als Partner der deutschen Wirtschaft, *HIIG Discussion Paper Series*, Berlin 2014.

Send, Hendrik; Ebert, Julia; Friesike, Sascha; Gollatz, Kirsten; Schildhauer, Thomas: Online Mitmachen und Entscheiden - Partizipationsstudie 2014. Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft, Berlin 2014.

Hünnekens, Wolfgang; Nichterlein, Claudia; Schildhauer, Thomas; Voss, Hilger (Hrsg.): Studie Schlüsselfaktoren der digitalen Kommunikation - Entwicklungen auf dem Weg in die digitale Zukunft, Berlin 2013.

Krcmar, Helmut; Friesike, Sascha; Bohm, Markus; Schildhauer, Thomas: Innovation, Society and Business: Internet-Based Business Models and Their Implications, *HIIG Discussion Paper Series*, Berlin 2012.

Schildhauer, Thomas (Hrsg.); Aßmann, Jörg; Werg, Jana: Kundenkartenprogramme im Customer Relationship Management (CRM), Einsatzmöglichkeiten und Erfolgsfaktoren von Kundenkarten aus Unternehmenssicht, BusinessVillage, Göttingen 2008.

Schildhauer, Thomas; Grothe, Martin: Unternehmenskommunikation im Web 3.D - Nutzertypologien, erste Erfahrungen mit Second Life und Kampagnenbeispiele im Überblick, Institute of Electronic Business e.V., Berlin 2007.

Schildhauer, Thomas (Hrsg.): Kundengewinnung mit Mobile Marketing, BusinessVillage, Göttingen 2006.

Schildhauer, Thomas; Bossecker, Andreas (Hrsg.): Mediennutzung im Digitalen Leben. Active Content Interfaces, Paid Content und integrierte Geschäftsmodelle, in: E12-Studienreihe: Focusgroup E12-Verlage & Medien, BusinessVillage, Göttingen 2005.

Schildhauer, Thomas; Schultze, Matthias; Brahm, Bertold: Künftige Wertschöpfungsquellen - Innovative Beziehungsnetze zu Kunden und Partnern, E12-Studienreihe: Focusgroup E12-Versorger, BusinessVillage, Göttingen 2004.

Schildhauer, Thomas; Herz, Peter; Lossmann, Heidi; Karstedt-Meierrieks, Annette: EGovernment - B2G-Anforderungen der Deutschen Wirtschaft. Marktforschungsstudie Juli 2002, Berlin 2002.