

Publikationsliste Prof. Dr. Dr. Thomas Schildhauer

Stand: 06/2016

a) Artikel in Büchern und Fachzeitschriften

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 Online-Marketing – 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; Möselein, 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, Karl-Heinz; Engstler, Martin; Fitzsimons, Conor John; Kerber, Gerrit; Wagenhals, Klaus; Wagner, Reinhard (Hrsg.): Projekte als Kulturerlebnis. Beiträge zur Konferenz »interPM«, dpunkt-Verlag, 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 Markennamenswechsel, 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, Symposion, Düsseldorf 2006.

Schildhauer, Thomas; Johannsen, Pascal: Führung und Innovation, in: Becker, Lutz; Ehrhardt, Johannes; Gora, Walter (Hrsg.): Führungskonzepte und Führungskompetenz. Symposion, 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: Unternehmer-Magazin. 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 EU-Außengrenze. 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 DV-Wirtschaftlichkeit, 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; Looock, 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)

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

Richter, Nancy; Volquartz, Lucie; Schildhauer, Thomas; Neumann, Konstanze: Fostering and Hindering 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 3.0 – 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: E-Government – B2G-Anforderungen der Deutschen Wirtschaft. Marktforschungsstudie Juli 2002, Berlin 2002.