

CURRICULUM VITAE
UNIV.-PROF. DR. KURT MATZLER



Prof. Dr. Kurt Matzler

Faculty of Economics and Management
Free University of Bozen-Bolzano
Universitätsplatz 1 Piazza Università

I-39100 Bozen-Bolzano
Italy

E-Mail: kurt.matzler@unibz.it

Born: 28. August 1969, Sterzing (Italy)

Nationality: Italian

Contents:

<i>Education:</i> _____	3
<i>Professional Career:</i> _____	3
<i>Teaching experience:</i> _____	4
<i>Current Research:</i> _____	5
<i>Other academic activities:</i> _____	5
<i>Awards and Scholarships:</i> _____	6
<i>Languages:</i> _____	7
<i>Hobbies:</i> _____	7
<i>Publications:</i> _____	8

Kurt Matzler

Current position:

- Professor at the Faculty of Economics and Management
Free University of Bozen-Bolzano

Research interests:

Strategy and Innovation, Crowdsourcing and Innovation, Family Business and Innovation, Open Strategy, and M&A.

Vita – summary:

Kurt Matzler holds a Magister and a Doctor Degree from Innsbruck University, Austria. He was visiting scholar at the Wharton School, University of Pennsylvania (1996) and Bocconi University in Milan (1998 and 2001). He was visiting professor at Fairfield University, Connecticut (1998) and Southeast Missouri State University in 2000. From 2003 to 2005, Kurt Matzler was professor of Marketing at Klagenfurt University, Austria, from 2005 to 2007 he was head of the Department of International Management at Linz University in Austria and from 2007 to 2015 he was professor at the Department of Strategic Management, Marketing and Tourism (from 2013-2016 head of this department).

Kurt Matzler is **co-author of the German edition of “Innovator’s Dilemma” (2011, together with Clayton Christensen, Harvard Business School, the book is among the “100 best business books ever written”, Covert et al.), Marketing Strategy (Prentice Hall, 2011), Enduring Success (Palgrave MacMillan, 2007)**, three other books in German language (one text book on Strategic Management), and editor of more than ten books in his research areas; he has published over 100 articles in peer-reviewed journals such as *Strategic Management Journal, MIS Quarterly, Journal of Product Innovation Management, Journal of Management Information Systems, MIT Sloan Management Review, California Management Review, Long Range Planning, Information Systems Journal, Technovation, Creativity and Innovation Management, Journal of Economic Psychology, Marketing Letters, Industrial Marketing Management, and R&D Management*.

In 2009 Kurt Matzler was **ranked among the top 20 emerging researchers** in management and business administration in the German speaking world by the German newspaper “Handelsblatt”.

In 2010 he received the Emerald Citation of Excellence Award for a paper on “Avatar-Based Innovation” in *Technovation* (together with Thomas Kohler and Johann Füller), and in 2012 the Tudor Rickards and Susan Moger Best Paper Award of „Creativity & Innovation Management“ (together with Katja Hutter, Julia Hautz, Johann Füller and Julia Müller).

According to a recent study published in *Schmalenbach Business Review* (Meyer et al. 2012), Kurt Matzler belongs to **the top 3 marketing researchers** in the German speaking world.

Kurt Matzler is partner of IMP (www.imp.at), an international consulting company, with its headquarters in Innsbruck, Austria.

According to an analysis of the editor of *Technovation*, **three** of Kurt Matzler’s articles are **among the most influential papers in the field of technology and innovation**. His 1998-paper in *Technovation* (together with Hans Hinterhuber) is the most cited paper of *Technovation* (SSCI five year impact-factor: 3.45)

Google-Scholar-Citations (January 2016): **>10.000**

Google Scholar H-Index (January 2016): **46**

SSCI H-Index (January 2016): **19**

EDUCATION:

- 1997 Doctorate, Business Administration, University of Innsbruck, Austria; Title of Doctoral Dissertation: „Kundenzufriedenheit und Involvement. Der Einfluss der Tiefe der Informationsverarbeitung auf den Prozess der Entstehung von Kundenzufriedenheit“ (Customer Satisfaction and Involvement: The influence of information processing depth on the formation of customer satisfaction (Summa cum laude)
- 1992 Austrian Student Program at the University of New Orleans/Louisiana (Contemporary History, Political Science, Contemporary Economic Issues)
- 1993 Magister, Business Administration, University of Innsbruck, Austria (Summa cum laude)
- 1988 Higher School Certificate, Istituto professionale per il commercio, Vipiteno (Italy)

PROFESSIONAL CAREER:

- Since 2016 Professor at the Faculty of Economics and Management
Free University of Bozen-Bolzano
- 2013-2016 Head of the Department of Strategic Management, Marketing and
Tourism, University of Innsbruck
- Since 2012 Co-Director of the research Lab “Strategy, Merger & Acquisitions”,
Innsbruck University and MCI, Innsbruck
- 2007-2015 Professor of Strategic Management, University of Innsbruck
- 2007 Co-founder of IMP Consulting USA, Williamsburg, VA
- Since 2006 Partner of IMP, an international strategy and innovation consulting firm,
with its headquarters in Innsbruck, Austria and subsidiaries in Germany,
Switzerland, USA, and Slovakia
- 2005-2007 Head of the Department of International Management, Johannes Kepler
University Linz, Austria
- Since 2004 Academic director of the Executive programs „International Management
Program“, „General Management“ at MCI in Innsbruck and Academic
director of the executive program Master of Science in Management at
MCI in Innsbruck
- 2003-2005 Head of the Department of Marketing and International Management,
University of Klagenfurt, Austria
- Since 2002 Academic Director of the Executive MBA program at MCI in Innsbruck
(FIBAA accredited, FIBAA premium seal – only about 10 out of more than

- 1.400 accredited programs have received this seal)
- 2001 Habilitation at Innsbruck University (venia legendi in Business Administration)
 - 2001 Visiting Scholar at Bocconi University, Milan, recipient of the Erwin Schrödinger Research Grant
 - 2002 (August to December) Visiting Adjunct Professor at the Southeast Missouri State University, Cape Girardeau, USA
 - 2000 Co-Founder of the *Institut für Kundenzufriedenheit und Meinungsforschung GmbH* (Market Research Company)
 - 1998 (January to May) Visiting Adjunct Professor for „*International Management*“ at the School of Business, Fairfield University, Connecticut/USA
 - 1997-2003 University of Innsbruck: Assistant professor
 - 1997 (January to June) Research Grant „*Vereins zur Förderung der wissenschaftlichen Ausbildung und Tätigkeit von Südtirolern an der Landesuniversität Innsbruck*“ (Association for the promotion of scientific education and work of South Tyroleans at Innsbruck University)
 - 1994-1997 University of Innsbruck: Research Assistant and Lecturer

TEACHING EXPERIENCE:

- University of Innsbruck, Austria
- LIMAK Austrian Business School, Austria
- University of Klagenfurt, Austria
- University of Bolzano, Italy)
- MCI, Innsbruck, Austria, Executive MBA program
- University of Klagenfurt, Austria, Executive MBA program
- Johannes Kepler University Linz, Austria
- Salzburg Management GmbH, University of Salzburg Business School, Austria
- Management Zentrum St. Gallen, Switzerland, Executive MBA program
- University of Vienna, Austria (2003-2004)

Montanuniversität Leoben, Austria

Southeast Missouri State University, Cape
Girardeau/USA

University of Applied Sciences Kufstein, Austria (1998-
2000)

Università Cá Foscari, Venice, Italy: International School
of Alpine Tourism

Fairfield University, Connecticut/USA

CURRENT RESEARCH:

- Innovation in family firms (research partner, among others: Christian Stadler, Warwick Business School)
- Open Strategy (research partner, among others: Richard Whittington, Oxford University)
- M&A (research partner, among others: David King, Iowa State University)
- Business Model Innovation (research partners, among others: Patrick Spieth, EBS Business School, Germany and Dirk Schneckenberg, ESC Rennes School of Business)
- Crowdsourcing and innovation

OTHER ACADEMIC ACTIVITIES:

Associate Editor of R&D Management

Co-editor of *IMP Perspectives* (a German annual management magazine)

Member of the editorial board:

Journal of Business Market Management, European Journal of International Management, Problems and Perspectives in Management, Innovative Marketing, Zeitschrift für KMU & Entrepreneurship

Reviewer (ad-hoc) for:

Advances in Engineering Software, Asia Pacific Management Review, Computers in Human Behaviour, Die Unternehmung, European Journal of Innovation Management, European Journal of International Management, Group Organization and Management, Innovative Marketing, International Journal of Bank Marketing, International Journal of Electronic Commerce, International Journal of Entrepreneurial Venturing, International Journal of Production Research, International Journal of Quality and Reliability Management, Journal of Business Market Management, Journal of Business Research, Journal of Computer-Mediated Communication, Journal of Management & Governance, Journal of Management Modelling, Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism, Journal of Service Research, Journal of Small Business and Entrepreneurship, Journal of Strategic Information

Systems, Landscape and Urban Planning, Management Learning, Marketing Zeitschrift für Forschung und Praxis, Mathematical Computing and Modelling, Omega – The International Journal of Management Science, Problems and Perspectives in Management, R&D Management, Research in Engineering Design, Review of Managerial Science, Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, The Service Industries Journal, Thesis, Tourism Analysis, Tourism Management, Tourismus Journal, Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship, Zeitschrift für Tourismuswissenschaft.

Track chair “Business Model Innovation” at the EURAM conference (since 2012), together with Dirck Schneckenberg (Rennes Business School), Patrick Spieth (EBS Business School), and Joan Ricart (IESE Barcelona)

AWARDS AND SCHOLARSHIPS:

- 2015 Most inspirational paper award of the SIG International Management for the paper “The role of cultural distance in managing change in transnational companies” (Matzler, Krill, Strobl), presented at the EURAM ’15 conference in Warsaw, Poland, 17-20 June, 2015
- 2015 Certificate “Most downloaded paper” of Journal of Business Strategy in 2014 and more than 25,000 downloads within two years
- 2012 “Wiwi award for excellence in publishing 2011” of the University of Klagenfurt, Austria for the paper “Personality, basic emotions, and satisfaction” in Tourism Management (together with Rita Faullant und Todd Mooradian)
- 2012 Best Paper Award for the paper "Communitition: The Tension between Competition and Collaboration in Community-Based Design Contests" (Hutter, Füller, Hautz, Müller & Matzler), published in issue 20.1 in Creativity & Innovation Management
- 2010 Emerald Citation of Excellence Award for the paper: Kohler T., Matzler K., Füller J.: Avatar-Based Innovation Using Virtual Worlds for Real World Innovation, in: *Technovation*, Vol. 29, 2009, pp. 395-407
- 2008 Promotion Prize „Förderpreis für junge Südtiroler im Ausland“ (foundation for the promotion of young South Tyroleans abroad)
- 2001 Erwin-Schrödinger Fellowship for a visiting scholarship at Bocconi University, Milan, Italy
- 1997 Research Grant of the „Verein zur Förderung der wissenschaftlichen Ausbildung und Tätigkeit von Südtirolern an der Landesuniversität Innsbruck“
- 1995 Research Award „Stiftung Südtiroler Sparkasse“

LANGUAGES:

Fluent: German, Englisch, Italian

HOBBIES:

Long distance cycling, Mountainbiking, Ski touring

Seven times finisher of the "Ötztaler Radmarathon", one of the hardest cycling marathons in the world (235km, four Alpine passes, 5.500 meter of climbing)

1999: Finisher of "Styrkeproven", one of the longest non-stop cycling marathons in the world, from Trondheim to Oslo, 550 km, time: 20 hours, 51 minutes (best Austrian race of his age group).

2011: Fourth place at the Rotary Cycling World Championship in Aubonne, Switzerland

2013: Finisher of the Rotary Polio Charity cycling non-stop Marathon from Weiz to Bregenz in Austria (635km, 5.000 meter of climbing, in less than 32hours non-stop)

Publications:

Books:

- Matzler K., Mooradian T.A., Müller J.: Strategisches Management, Linde Verlag, Wien, 2. Aufl., 2013
- Bailom F., Matzler K., Tschernjak D.: Was Top-Unternehmen anders machen, Linde Verlag, Wien, 2. Aufl., 2013
- Matzler K., Hautz J., Füller J., Hutter K.: Der Open-Innovation Leitfadens für Klein- und Mittelbetriebe in Südtirol. Ein Praxishandbuch, LVH Bozen, 2013
- Mooradian T.A., Matzler K., Ring L.: Marketing Strategy, Prentice Hall, 2011
- Christensen M. C., Friedrich von den Eichen, S., Matzler K.: Innovators' Dilemma, Vahlen Verlag/München, 2011
- Bailom F., Matzler K., Tschernjak D.: Enduring success – what top companies do differently, Palgrave MacMillan, 2007
- Matzler K., Hattenberger G. H., Pechlaner H.: Lifestyle typologies and market segmentation. The case of Alpine winter tourism, EURAC-Research, Bozen, 2004
- Hinterhuber H. H., Handlbauer G., Matzler K.: Kundenzufriedenheit durch Kernkompetenzen, 2. Aufl., Wiesbaden, 2003
- Matzler K.: Kundenzufriedenheit und Involvement, Gabler Verlag, Wiesbaden, 1997

Journal articles:

- Hutter K., Füller J., Hautz J., Matzler K.: The Role of Professionalism in Innovation Contest Communities, in: *Long Range Planning (forthcoming)*
- Matzler K., Strobl A., Bailom F.: Leadership and the wisdom of crowds: How to tap into the collective intelligence of an organization, in: *Strategy and Leadership*, Vol. 44, No. 1, 2016, 30-35
- Veider V., Matzler K.: The ability and willingness of family-controlled firms to arrive at organizational ambidexterity, in: *Journal of Family Business Strategy (forthcoming)*
- Uzelac B., Bauer F., Matzler K., & Waschak, M.: The moderating effects of decision making preferences on M&A integration speed and performance, in: *International Journal of Human Resource Management (forthcoming)*
- Nocker E., Bowen Harry P., Stadler Ch., Matzler K.: Capturing Relatedness: Comprehensive measures based on secondary data, in: *British Journal of Management (forthcoming)*
- Wolf S., Bauer F., Matzler K.: The moderating impact of cultural country differences on the relationship of M&A integration and innovation performance - a Central European targets perspective, in: *International Business Review*, Vol. 25, No. 1, 2016, 76-86
- Matzler K., Strobl A., Stokburger-Sauer N., Bobovnick A., Bauer F.: Brand personality and culture: The role of cultural differences on the impact of brand personality perceptions on tourists' visit intentions, in: *Tourism Management*, Vol. 52, February, 2016, 507-520

- Friedrich von den Eichen St., Freiling J., Matzler K.: Why Business Model Innovations Fail, in: *Journal of Business Strategy*, Vol. 36, No. 6, 2015, 29-38
- Hutter K., Füller J., Hautz J., Bilgram V., Matzler K.: Machiavellianism or morality – which behavior pays off in innovation contests?, in: *Journal of Management Information Systems*, Vol. 32, No. 3, 2015, 197-228
- Matzler K., Bauer F., Mooradian T.: Self-esteem and transformational leadership, in: *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 30, No. 7, 2015, 815 - 831
- Matzler K., Veider V., Hautz J., Stadler Ch.: The impact of family ownership, management and governance on innovation in publicly traded firms, in: *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 32, No. 3, 2015, 319-333
- Bauer F., Hautz J., Matzler K.: Unveiling the myths of M&A integration: Challenging general management and consulting practice, in: *Journal of Business Strategy*, Vol. 26, No.2, 2015, 16-24
- Matzler K., Strobl A., Thurner N., Füller J.: Switching experience, customer satisfaction, and switching costs in the ICT industry, *Journal of Service Management*, Vol. 26, No. 1, 2015, 117-136
- Matzler K., Kathan W., Veider V.: The rise of the sharing economy – how companies can benefit from collaborative consumption, *MIT Sloan Management Review*, Vol. 56, No. 2, 2015, 71-77
- Spieth P., Lundberg H., Matzler K.: Editorial: Business model innovation from an entrepreneurial perspective: Introduction to special issue on business model innovation, in: *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, Vol. 18, No. 4, 2014, 261-265
- Matzler K., Uzelac B., Bauer F.: The role of intuition and deliberation for exploration and exploitation success, in: *Creativity and Innovation Management*, Vol. 23, No 3, 2014, 252-263
- Matzler K., Uzelac B., Bauer F.: Intuition: the missing ingredient for good managerial decision-making, in: *Journal of Business Strategy*, Vol. 35, No. 6, 31-40
- Uzelac B., Matzler K., Bauer F.: Intuition's value for organizational innovativeness and why managers still refrain from using it, in: *Management Decision*, Vol. 52, No. 3, 2014, 526-539
- Füller J., Hautz J., Hutter K., Matzler K.: User Roles and Contributions in Internet-based Innovation-Contest Communities, in: *Journal of Management Information Systems*, Vol. 31, No. 1, 2014, 275-311
- Kathan W., Matzler K., Füller J., Hautz J., Hutter K.: Open Innovation in SMEs: A case study of a regional open innovation platform, in: *Problems and Perspectives in Management*, Vol. 12, 2014, No. 1, 16-26
- Bauer F., Matzler K.: Antecedents of M&A success: The role of strategic complementarity, cultural fit, and degree and speed of integration, in: *Strategic Management Journal*, Vol. 35, 2014, 269-291
- Matzler K., Todd A. Mooradian, Füller J., Anschober M.: Unlocking laggard markets: innovation without high tech, in: *Journal of Business Strategy*, Vol. 35, No. 2, 2014, 19-25
- Matzler K., Grabher Ch., Huber J., Füller J.: Predicting new product success with prediction markets in online communities, in: *R&D Management*, Vol. 43, 5, 2013, 420-432
- Hutter K., Hautz J., Repke K., Matzler K.: Open innovation in small and micro enterprises, in: *Problems and Perspectives in Management*, 11/1, 2013, 12 - 22
- Matzler K., Abfalter D., Bailom F., Mooradian T.: Corporate culture as an antecedent of successful exploration and exploitation, in: *International Journal of Innovation Management*, Vol. 17, No. 5, 2013, 1-23

- Matzler K., Bailom F., Friedrich von den Eichen St., Kohler T.: Business Model Innovation: coffee triumphs for Nespresso, in: *Journal of Business Strategy*, Vol. 34, No. 2, 2013, 30-37
- Bauer F., Matzler K., Wille C.: Integrating brand and marketing perspectives in M&A, in: *Problems and Perspectives in Management*, Vol. 10, Issue 4, 2012, 50-63
- Füller J., Matzler K., Hutter K., Hautz J.: Consumers' creative talent: Which characteristics qualify consumers for open innovation projects? An exploration of asymmetrical effects, in: *Creativity and Innovation Management*, Vol. 21, No. 3, 2012, 247-262
- Faullant R., Füller J., Matzler K.: Mobile audience interaction – explaining the adoption of new mobile service applications in socially enriched environments: *Engineering Management Research*, Vol. 1, No. 1, 2012, 59-76
- Stieger D., Matzler K., Chatterjee S., Ladstätter F.: Democratizing Strategy: Democratizing Strategy – How crowdsourcing can be used for strategy dialogues, in: *California Management Review*, Vol. 43, No. 4, 2012, 1-26
- Caber M., Albayrak T., Matzler K.: Classification of the destination attributes in the content of competitiveness (by revised importance-importance analysis), in: *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 18, No. 1, 2012, 43-45
- Matzler K., Kohler T., Füller J., Stieger D.: Avatar based innovation: How Avatars Experience Co-Creation Projects in Second Life, in: *Problems and Perspectives in Management*, Vol. 9, No. 2, 2011, 21-32
- Kohler T., Füller J., Matzler K., Stieger D.: Co-Creation in Virtual Worlds: The Design of the User Experience, in: *Management Information Systems Quarterly*, Volume 35, Number 3, 2011, 773-788
- Matzler K., Stieger D., Füller J.: Consumer confusion in mass customization: Testing a network of antecedents and consequences, in: *Journal of Consumer Policy*, Vol. 34, No. 231-247
- Mooradian T.A., Davis M., Matzler K.: Dispositional empathy and the hierarchical structure of personality, in: *American Journal of Psychology*, Vol. 124, No. 1, 2011, 99-109
- Kohler T., Füller J., Stieger D., Matzler K.: Avatar-based innovation: Consequences of the virtual co-creation experience, in: *Computers in Human Behavior*, Vol. 27, No. 1, January 2011, 160-168
- Faullant R., Matzler K., Mooradian T.: Personality, basic emotions, and satisfaction: primary emotions in the mountaineering experience, in: *Tourism Management*, Vol. 32, No. 6, 2011, 1423-1430
- Müller J., Hutter K., Füller J., Matzler K.: Virtual worlds as knowledge management platform – a practice-perspective, in: *Information Systems Journal*, Vol. 21, 2011, 479–501
- Matzler K., Müller J.: Antecedents of knowledge sharing – examining the influence of learning orientation and performance orientation on knowledge sharing, in: *Journal of Economic Psychology*, Vol. 32, 2011, 317-329
- Matzler K., Füller J., Pichler E., Mooradian T. A.: Personality, the product and the brand community, in: *Journal of Marketing Management*, Vol. 27, Issue 9-10, 2011, 874-890
- Kohler T., Matzler K., Hutter K., Thiemann R., Füller J.: Come for the attraction, stay for the interaction: designing space for social interaction in virtual worlds, in: *International Journal of Web-based communities*, Vol. 7, No. 2, 174-188
- Müller J., Abfalder D., Hautz J., Hutter K., Matzler K., Raich M.: Corporate Environmentalism: A comparative analysis of country and industry differences in leading US and German companies, in: *European Journal of International Management*, Vol. 5, No. 2, 2011, 122-148

- Matzler K., Renzl B., Mooradian T., von Krogh G., Müller J.: Personality Traits, Affective Commitment, Documentation of Knowledge and Knowledge Sharing, in: *International Journal of Human Resource Management*, Vol. 22, No. 2, 2011, 296-310
- Peters M., Siller L., Matzler K.: The resource-based and the market-based approaches to cultural tourism in alpine destinations, in: *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 19, No. 7, 877-893
- Hutter K., Hautz J., Füller J., Müller J., Matzler K.: Communitition: The tension between competition and collaboration in community-based design contests, in: *Creativity and Innovation Management*, Vol. 20, No. 1, 2011, 3-20
- Füller J., Faullant R., Matzler K.: Triggers for Virtual Customer Integration in the Development of Medical Equipment - From a Manufacturer and a User Perspective, in: *Industrial Marketing Management*, Vol. 39, 2010, 1376-1383
- Füller J., Mühlbacher H., Matzler K., Jawecki G.: Consumer Empowerment Through Internet-Based Co-creation, in: *Journal of Management Information Systems*, Vol. 26, No. 3, 2010, 71-102
- Hutter K., Hautz J., Füller J., Matzler K., Mayr A.: Ideenwettbewerbe als innovatives Markenbindungsinstrument, in: *Marketing Review St. Gallen*, No. 4, 2010, 26-34
- Matzler K., Bailom F., Anschober M., Richardson S.: Sustaining corporate success: what drives the top performers? in: *Journal of Business Strategy*, Vol. 31, No. 5, 2010, 13-31
- Matzler K., Mooradian T. A., Ring L., Linder A., Bailom F.: Converting browser to buyers: an approach to measure and increase conversion rates in retailing, in: *Innovative Marketing*, Vol. 6, No. 1, 2010, 24-28
- Schwarz E., Faullant R., Matzler K.: The impact of entrepreneurship culture and innovativeness on business growth: An empirical study of small- and medium-sized enterprises, in: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, No. 6, 2009, 1-14
- Jawecki G., Füller J., Matzler K.: Innovation creation in online consumer groups, in: *Der Markt – Journal für Marketing*, Vol. 48, 2009, 117-123
- Matzler K., Bailom F., Anschober M., Richardson S.: Hypercompetition, customer value competition, and the new role of market research, in: *Innovative Marketing*, Vol. 5, No. 2, 2009, 6-11
- Kohler T., Matzler K., Füller J.: Avatar-Based Innovation Using Virtual Worlds for Real World Innovation, in: *Technovation*, Vol. 29, 2009, 395-407
- Füller J., Matzler K., Hoppe M.: Brand community members as source of innovation, in: *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 25, September 2008, 608-619
- Mooradian T.A., Matzler K.: Empathetic Responses to Advertising: Testing a network of antecedents and consequences, in: *Marketing Letters*, Vol. 19, No. 2, 2008, 79-92
- Faullant R., Matzler K., Füller J.: The Impact of Satisfaction and Image on Loyalty: The case of Alpine Ski Resorts, in: *Managing Service Quality*, Vol. 18, No. 2, 2008, 163-178
- Mooradian T. A., Herbst K., Matzler K.: The interplay of temperament and regulatory focus on consumer problem-solving modes, in: *Social and Personality Psychology Compass*, Vol. 2, No. 4, 2008, 1-16
- Matzler K., Schwarz E., Deutinger N., Harms R.: The relationship between transformational leadership, product innovation and performance in SMEs, in: *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, Vol. 21, No. 2, 2008, 139-151
- Matzler K., Grabner-Kräuter S., Bidmon S.: Risk aversion and brand loyalty: the mediating role of brand trust and brand affect, in: *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 17, No. 3, 2008, 154-162

- Matzler K., Renzl B., Müller J., Herting St., Mooradian T. A.: Individual Determinants of Knowledge Sharing, in: *Journal of Economic Psychology*, Vol. 29, 2008, 301-313
- Matzler K., Füller J., Renzl B., Herting S., Späth S.: Customer Satisfaction with Alpine Ski Areas: The Moderating Effect of Personal-, Situation-specific and Product-related Factors, in: *Journal of Travel Research*, Vol. 46, No. 4, 2008, 403-413
- Faullant R., Füller J., Matzler K.: A positioning map of skiing areas using customer satisfaction scores, in: *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, Vol. 16, No. 3, 2008, 230-245
- Matzler K., Füller J., Faullant R.: Customer satisfaction and loyalty with Alpine ski resorts: The moderating effect of lifestyle, spending and customer's skiing skills, in: *International Journal of Tourism Research*, Vol. 9, 2007, 409-421
- Füller J., Matzler K.: Customer delight and market segmentation: An application of the three-factor theory of customer satisfaction on life style groups, in: *Tourism Management*, Vol. 29, February 2008, 116-126
- Matzler K., Waiguny M., Füller J.: Spoiled for choice: Consumer confusion in internet-based mass customization, in: *Innovative Marketing*, Vol. 3, No. 3, 2007, 7-18
- Matzler K., Bailom F., Mooradian T. A.: Intuitive Decision Making, in: *MIT Sloan Management Review*, Vol. 49, No. 1, 2007, 13-15
- Matzler K., Renzl B., Faullant R.: Dimensions of Price Satisfaction: A Replication and Extension, in: *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 28, No. 6, 2007, 394-406
- Füller J., Matzler K.: Virtual Product Development and Customer Participation - a Chance for Customer Centred, Real New Products, in: *Technovation*, Vol. 27, No. 6-7, 2007, 378-387
- Matzler K., Renzl B.: Assessing asymmetric effects in the formation of employee satisfaction, in: *Tourism Management*, Vol. 28, No. 4, 2007, 1093-1103
- Matzler K., Renzl B.: Personality traits, employee satisfaction, and affective commitment, in: *Total Quality Management & Business Excellence*, Vol. 18, No. 5, 2007, 589-598
- Matzler K., Grabner-Kräuter S., Bidmon S.: Individual determinants of brand affect: The Role of the personality traits Extraversion and Openness to Experience, in: *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 15, No. 7, 2006, 427-434
- Matzler K., Renzl B.: The relationship between interpersonal trust, employee satisfaction and employee loyalty, in: *Total Quality Management & Business Excellence*, Vol. 17, No. 10, 2006, 1261-1271
- Mooradian T. A., Renzl B., Matzler K.: Who trusts?: Personality, trust, and knowledge sharing, in: *Management Learning*, Vol. 37, No. 4, 2006, 523-540
- Matzler K., Renzl B., Rothenberger S.: Measuring the relative importance of service dimensions in the formation of price satisfaction and service satisfaction: A Case study in the hotel industry, in: *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 6, No. 3, 2006, 179-196
- Stadler Chr., Matzler K., Hinterhuber H. H., Renzl B.: The CEO's attitude towards the Shareholder Value and the Stakeholder Model. A comparison between the Continental European and the Anglo-Saxon Perspective, in: *Problems and Perspectives of Management*, No. 3, 2006, 41-48
- Matzler K., Grabner-Kräuter S., Bidmon S.: The value - brand trust - brand loyalty chain: An analysis of some moderating variables, in: *Innovative Marketing*, Vol. 2, No. 2, 2006, 76-88
- Matzler K., Würtele A., Renzl B.: Dimensions of price satisfaction: A study in the retail banking industry, in: *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 24, No. 4, 2006, 216-231

- Füller J., Matzler K., Faullant R.: Asymmetric effects in customer satisfaction, in: *Annals of Tourism Research*, Vol. 33, No. 4, 2006, 1159-1163
- Matzler K., Faullant R., Renzl B., Leiter V.: The relationship between personality traits (extraversion and neuroticism), emotions and customer self-satisfaction, in: *Innovative Marketing*, Vol. 1, No. 2, 2005, 32-39
- Matzler K., Hinterhuber H. H., Daxer C., Huber M.: The Relationship between Customer Satisfaction and Shareholder Value, in: *Total Quality Management & Business Excellence*, Vol. 16, No. 5, 2005, 671-680
- Matzler K., Rier M., Hinterhuber H. H., Renzl B., Stadler Ch.: Methods and Concepts in Management – Significance, Satisfaction, Suggestions for Further Research: Perspectives from Austria, Germany and Switzerland, in: *Strategic Change*, Vol. 14, January/February 2005, 1-13
- Matzler K., Renzl B.: Patterns in Management Research: An Analysis of US American, European and German Approaches, in: *Problems and Perspectives in Management*, No. 1, 2005, 118-127
- Matzler K., Pechlaner H., Abfalter D., Wolf M.: The Response Behaviour of the Hotel Industry to E-mail Information Requests, in: *Tourism Management*, Vol. 26, April 2005, 249-259
- Matzler K., Fuchs M., Binder H. J., Leihls H.: Asymmetrische Effekte bei der Entstehung von Kundenzufriedenheit: Konsequenzen für die Importance-Performance Analyse, in: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, No. 3, März 2005, 299-317
- Matzler K., Fuchs M., Schubert A.: Employee Satisfaction: Does Kano's Model apply?, in: *Total Quality Management & Business Excellence*, Vol. 15, No. 9-10, 2004, 1179-1198
- Pechlaner H., Zehrer A., Matzler K., Abfalter D.: A Ranking of International Tourism and Hospitality Journals, in: *Journal of Travel Research*, Vol. 42, No. 4, 2004, 328-332
- Matzler K., Bailom F., Hinterhuber H. H., Renzl B., Pichler J.: The asymmetric relationship between attribute-level performance and overall customer satisfaction: A reconsideration of the Importance-Performance Analysis, in: *Industrial Marketing Management*, Vol. 33, May 2004, 271-277
- Zehrer, A., Pechlaner H., Matzler K.: Die Positionierung von Tourismus-Fachzeitschriften zwischen Wissenschaft und Praxis, in: *Tourismus Journal*, Vol. 7, No. 3, 2003, 397-408
- Pechlaner H., Helfricht M., Raich F., Matzler K., Zehrer A.: Customer Satisfaction with Winter Sports Events. The case of Biathlon World Cup 2003, in: *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Vol. 10, Supplement 2003, 15-25
- Matzler K., Siller H.: Linking Travel Motivations with Perceptions of Destinations: The Case of Youth Travellers in Alpine Summer and Winter Tourism, in: *Tourism Review*, Vol. 58, No. 4, 2003, 6-11
- Matzler K., Hinterhuber H.H., Friedrich St., Stahl H.K.: Core Issues in German Strategic Management Research, in: *Problems and Perspectives in Management*, Vol. 1, No. 1, 2003, 149-161
- Stahl H. K., Kurt Matzler, Hans H. Hinterhuber: Linking Customer Lifetime Value with Shareholder Value, in: *Industrial Marketing Management*, 2003, Vol. 32, No. 4, 267-279
- Matzler K.: Kundenzufriedenheit: Prospect Theory oder Kano-Modell?, in: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, Vol. 73, No. 4, 2003, 341-344
- Matzler K., Sauerwein E., Heischmidt K. A.: Importance-Performance Analysis Revisited: The Role of the Factor Structure of Customer Satisfaction, in: *The Service Industries Journal*, Vol. 23, No. 2, 2003, 112-129
- Addis M., Costabile M., Matzler K.: La valutazione delle pubblicazioni italiane per gli studiosi di marketing, in: *Finanza, Marketing e Produzione*, Vol. 20, No. 3, September 2002, 70-95

- Pechlaner H., Smeral E., Matzler K.: Customer Value Management as a Determinant of the Competitive Position of Tourism Destinations, in: *Tourism Review*, Vol. 57, No. 4, 2002, 15-22
- Matzler K., Sauerwein E.: The Factor Structure of Customer Satisfaction: An empirical Test of the Importance Grid and the Penalty-Reward-Contrast Analysis, in: *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 13, No. 4, 2002, 314-332
- Matzler K., Pechlaner H.: Guest Satisfaction Barometer and Benchmarking: Experiences from Austria, in: *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism, Special Issue on Benchmarking*, Vol. 2, No. 3-4, 2001, 25-47
- Matzler K., Pechlaner H., Siller H.: Die Ermittlung von Basis-, Leistungs- und Begeisterungsfaktoren der Gästezufriedenheit, in: *Tourismus Journal*, No. 5, 2001, 445-469
- Matzler K.: Konsequente Kundenorientierung von Bankdienstleistungen durch Customer Value-Strategien, in: *Österreichisches BankArchiv*, April 2001, 285-294
- Stahl H. K., Matzler K.: Continuous Prospect Scanning - Ein Ansatz der kompetenzorientierten Entwicklung von Kundenakquisitionstrategien, in: *Journal für Betriebswirtschaft*, 2001, No. 2, 56-69
- Matzler K., Hinterhuber H. H., Pechlaner H., Geier J.: Ein Ranking deutschsprachiger Fachzeitschriften der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre, in: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, No. 1, 2001, 161-175
- Matzler K., Pechlaner H., Kohl M.: Formulierung von Servicestandards für touristische Dienstleistungen und Überprüfung durch den Einsatz von „Mystery Guests“, in: *Tourismus Journal*, Vol. 4, No. 2, 2000, 157-176
- Matzler K.: Der Einfluss des Produktartinvolvement auf die Entstehung von Kundenzufriedenheit – Entwicklung eines integrativen Modells und Formulierung von Hypothesen, in: *Journal für Betriebswirtschaft*, No. 4-5, 2000, 180-190
- Matzler K., Stahl H. K.: Kundenzufriedenheit und Unternehmenswertsteigerung, in: *Die Betriebswirtschaft*, Vol. 60, No. 5, 2000, 626-641
- Matzler K.: Customer Value Management, in: *Die Unternehmung*, Vol. 54, No. 4, 2000, 289-308
- Hinterhuber H. H., Friedrich St. A., Matzler K., Pechlaner H.: Die strategische Führung der diversifizierten Unternehmung - Wie schafft die Zentrale Werte?, in: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, Vol. 79, No. 12, 2000, 1351-1370
- Matzler K.: Die Opponent-Prozess-Theorie als Erklärungsansatz einer Mehr-Faktor-Struktur der Kundenzufriedenheit, in: *Marketing ZFP*, No. 1, 1. Quartal 2000, 5-24
- Hinterhuber H. H., Handlbauer G., Matzler K., Valdani E.: The New Rules of Competition: From Evolution to Co-Evolution, in: *CEMS Business Review*, No. 2, 1998, 167-175
- Matzler K., Hinterhuber H. H.: How to make product development projects more successful by integrating Kano's model of customer satisfaction into Quality Function Deployment, in: *TECHNOVATION. The International Journal of Technology and Innovation Management*, Vol. 18, No. 1, 1998, 25-38
- Matzler K., Hinterhuber H. H., Bailom F., Sauerwein E.: How to delight your customers, in: *Journal of Product and Brand Management*, No. 2, 1996, 6 - 17
- Hinterhuber H. H., Matzler K., Bailom F., Sauerwein E.: Un modello semiquantitativo alla valutazione della soddisfazione del cliente, in: *Micro & Macro Marketing*, No. 1, 1997, 127 - 143
- Bailom F., Hinterhuber H. H., Matzler K., Sauerwein E.: Das Kano-Modell der Kundenzufriedenheit, in: *Marketing ZFP*, 1996/2, 117 - 126, wiederabgedruckt: Bailom, F., Hinterhuber, H.H., Matzler,

K., Sauerwein, E.: Het Kano-model van klanttevredenheid, in: *Marketing Wise*, No. 4, 1996, 49 - 61

Hinterhuber H. H., Lauda K., Matzler K., Schatz D.: Strategische Standortplanung - Eine Fallstudie aus der Bekleidungsindustrie, in: *Journal für Betriebswirtschaft*, No. 3-4, 1994, 102 – 113

Articles in non-refereed journals:

Bailom F., Matzler K., Friedrich von den Eichen St.: Besser? Anders? Besser ganz anders?, in: *IMP Perspectives*, Nr. 6, 2015, S. 13-28

Friedrich von den Eichen St., Matzler K.: Open Strategy, in: *IMP Perspectives*, Nr. 6, 2015, S. 31-38

Matzler K., Friedrich von den Eichen St.: Einfach differenziert. Oder: Warum weniger mehr sein kann, in: *IMP Perspectives*, Nr. 6, 2015, 107-118

Bailom F., Matzler K., Friedrich von den Eichen St.: Zum Wachstum der Zukunft, in: *IMP Perspectives*, Vol. 5, 2013, 11-27

Matzler K., Nur Zufriedenheit erzeugen reicht nicht aus, in: *Mountain Manager*, Nr 1., 2013, S. 8-10

Matzler K., Kausl A., Storf J.: Wertvoll wachsen, in: *IMP Perspectives*, Vol. 5, 2013, 125-137

Matzler K., Mooradian T. A., Füller J.: Laggard Innovation, in: *IMP Perspectives*, Vol. 5, 2013, 165-171

Bailom F., Matzler K., Kausl A.: Macht.Führung.Sinn, in: *IMP Perspectives*, 2012, Vol. 4, 11-31

Matzler K., Friedrich von den Eichen St.: Leadership 2.0, in: *IMP Perspectives*, Vol. 4, 2012, 129-140

Friedrich von den Eichen St., Matzler K.: Disruptive Innovationen wirksam managen, in: *io management*, Juli/August 2012, 50-54

Matzler K.: Warum etablierte Unternehmen bei bahnbrechenden Innovationen scheitern, in: *Insight Best Practice Magazin*, No. 1., 2012, 62-63

Friedrich von den Eichen St., Matzler K.: Innovator's Dilemma: Die (Un-)Logik der Disruption verstehen und gezielt nutzen, in: *IMP Perspectives*, No. 3, 2011, 27-37

Rotter F., Bailom F., Matzler K.: Die Strategie auf den Markttyp abstimmen, in: *io Management*, November/Dezember 2011, 4-7

Matzler K., Friedrich von den Eichen, St.: Innovators Dilemma. Warum etablierte Unternehmen bei bahnbrechenden Innovationen scheitern, in: *USP – Menschen im Marketing*, No. 1, 2011, 40-43

Bailom F., Matzler K.: Was Top-Unternehmen anders machen: Ergebnisse einer europäischen Strategiestudie, in: *Controller Magazin*, Januar/Februar 2009, 44-50

Matzler K., Kohler T., Füller J., Bailom F.: Open Innovation, in: *WISU*, April 2009, 536-541

Füller J., Kohler T., Matzler K., Stieger D.: Trendsuche mit Online-Spielen, in: *Harvard Business Manager*, Juli 2008, 22-23

Bailom F., Matzler K., Tschernernjak D.: Top-Unternehmen brechen mit den bewährten Erfolgsmustern, in: *GDI-Impulse*, Sommer 2007, 64-74

Bailom F., Tschernernjak D., Matzler K., Anschöber M.: Einsatz für Innovationen, in: *Harvard Business Manager*, März 2006, 10-12

Matzler K., Bailom F., Tschernernjak D., Anschöber M., Hinterhuber H. H.: Kostensenkungsprogramme in der Praxis: Ergebnisse einer Managerbefragung, in: *Der Controlling-Berater*, Vol. 11, Nr. 5, 2005, S. 723-738, wiederabgedruckt in: *Praxis des Rechnungswesen*, No. 6, Oktober 2005, 445-457

- Matzler K., Mühlbacher H., Altmann A., Leihls H.: Price Satisfaction as a multi-attributive construct, in: *Yearbook of Marketing and Consumer Research*, Vol. 2, 2004, 77-92
- Hinterhuber H. H., Renzl B., Matzler K.: Die kontinuierliche Erneuerung des Unternehmens als Herausforderung für das strategische Controlling, in: *Controlling. Zeitschrift für erfolgsorientierte Unternehmensführung*, Vol. 16, No. 8, 2004, 451-456
- Matzler K., Hinterhuber H. H., Renzl B., Rier M.: Einigkeit bei der Bedeutung künftiger Management Tools, in: *CADplus Business + Engineering*, März/April 2004, 20-23
- Matzler K., Rier M., Renzl B., Hinterhuber H.H.: Die wichtigsten Managementkonzepte und – methoden: Die Sicht der Unternehmensberater, in: *Zeitschrift für Controlling und Management*, No. 2, März/April 2004, 82-85
- Matzler K., Fässler R.: Kundenorientierung: Steigerung der Kundenzufriedenheit durch Prozess-Controlling: in: *Der Controlling-Berater*, Vol. 5, 2004, 627-649
- Matzler K., Altmann A., Mühlbacher H., Leihls H.: Preiszufriedenheit als multiattributives Konstrukt, in: *Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung*, No. 2, 2003, 144-159
- Hinterhuber H. H., Renzl B., Matzler K., Pechlaner H.: Corporate Governance – Stakeholder or Shareholder Value? in: *Economic Thought (Ikonomiteska Missal, Zeitschrift vom Institut für Wirtschaftsforschung der bulgarischen Akademie der Wissenschaften)*, No. 6, 2003, 74-77
- Matzler K., Stark C.: Messung der Kundenzufriedenheit interner EDV-Dienstleistungen, in: *WISU*, Dezember 2000, 1639-1649
- Matzler, K., Kittinger-Rosanelli, Chr.: Mystery-Shopping als Instrument zur Messung der wahrgenommenen Dienstleistungsqualität in Banken, in: *Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung*, Vol. 46, No. 3, 2000, 220-241
- Hinterhuber H. H., Matzler K., Handlbauer G.: Creating Superior Customer Value for World-wide Competitiveness, in: *Productivity*, Vol. 40, No. 1, April-June 1999, 35-44
- Bailom F., Casagrande M., Matzler K.: Wertsteigernde Akquisitionsstrategien durch die Benefit-Profitabilitäts-Analyse, in: *Thexis*, No. 2, 1999, 15-19
- Matzler K., Hinterhuber H. H.: ISO 9000 - Strengths and Weaknesses, in: *Industrial Engineering and Management*, Vol. 3, No. 6, December 1998, 32-36 (in Chinese)
- Hinterhuber H. H., Friedrich St. A., Krauthammer E., Matzler K.: Leadership for Worldwide Competition: A European Perspective, in: *Productivity*, Vol. 39, No. 2, July-September 1998, S. 259-271, wiederabgedruckt in: *Yönetim*, Vol. 9, No. 31, 1998, 4-17
- Handlbauer G., Hinterhuber H. H., Matzler K.: Kernkompetenzen, in: *WisU - das Wirtschaftsstudium*, No. 8/9, 1998, 911-916
- Bailom F., Tschernernjak D., Matzler K., Hinterhuber H. H.: Durch strikte Kundennähe Abnehmer begeistern, in: *Harvard Business Manager*, No. 1, 1998, 47 - 56
- Matzler K., Hinterhuber H. H., Handlbauer G.: Erfolgspotential Kundenzufriedenheit I, in: *WISU*, 1997, No. 7, 645 - 650
- Matzler K., Hinterhuber H. H., Handlbauer G.: Erfolgspotential Kundenzufriedenheit II, in: *WISU*, 1997, No. 7/8, 733 - 739
- Matzler K., Hinterhuber H. H., Handlbauer G.: Fünf „falsche“ Thesen zur Kundenzufriedenheit, in: *Technologie & Management*, No. 2, 1997, 4 - 7
- Hinterhuber H. H., Matzler K.: Reengineering, in: *WisU*, No. 2, 1995, 132 - 139

Book chapters:

- Brandl J., Matzler K.: Employee Satisfaction, in: Miller H. (Ed.): SAGE Encyclopedia of Theory in Psychology, 2015 (forthcoming)
- Matzler K., Füller J., Koch B., Hautz J., Hutter K.: Open Strategy – A new strategy paradigm?, in: *Matzler K., Pechlaner H., Renzl B. (Eds.): Strategie und Leadership*, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2014, S. 37-58
- Matzler K., Veider V., Kathan W.: Collaborative Consumption: Teilen statt Besitzen, in: Granig P., Hartlieb, E., Lingenhel D. (Hrsg.): *Geschäftsmodellinnovationen. Vom Trend zum Geschäftsmodell*, Springer Verlag, 2015, S. 119-131
- Matzler K., Friedrich von den Eichen St.: Leadership 2.0: Fünf Thesen zur erfolgreichen Führung in Zeiten des Web 2.0, in: *Matzler K., Pechlaner H., Renzl B. (Eds.): Strategie und Leadership*, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2014, S. 57-70
- Strobl A., Matzler K., Bauer F.: Vertrauen in unternehmerisch geprägten KMUs, in: *Matzler K., Pechlaner H., Renzl B. (Eds.): Strategie und Leadership*, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2014, S. 95-110
- Abfalter D., Matzler K., Bauer F.: In leaders we trust – Der Einfluss transformationaler Führung auf Vertrauen, Unternehmenserfolg und Innovation, in: *Matzler K., Pechlaner H., Renzl B. (Eds.): Strategie und Leadership*, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2014, S. 161-174
- Faullant R., Matzler K., Mooradian T. "The thrill of victory, the agony of defeat. Perceptions of price (un)fairness, personality, emotions, and price satisfaction" in: *Changiz Mohiyeddini Ch., Eysenck M., Bauer St. (Eds.), Handbook of Psychology of Emotions: Recent Theoretical Perspectives and Novel Empirical Findings*, Vol.2. Nova Publishers, 2013, pp. 127-140.
- Friedrich von den Eichen St., Matzler K., Freiling J., Füller J.: Woran Geschäftsmodellinnovationen scheitern, in: Granig P., Hartlieb E., Lercher H. (Hrsg.): *Innovationsstrategien. Von Produkten und Dienstleistungen zu Geschäftsmodellinnovationen*, Springer Gabler Verlag, 2013, s. 147-159
- Matzler K.: Die Mutter ist nicht das Problem, in: *Mayr O., Staberhofer F. (Hrsg.): Fast Forward. Die Wirtschaft von morgen*, 2013, Bucher Verlag, Hohenems, S. 28 - 32
- Matzler K., Abfalter D.: Learning from the best: Implications from successful companies for higher education management, in: *Altmann A., Ebersberger B. (eds.): Universities in change*, Springer, 2013, 137-154
- Matzler K., Friedrich von den Eichen, St.: Innovators Dilemma, in: *Granig P., Hartlieb E. (Hrsg.): Die Kunst der Innovation*, Springer Gabler, 2012, 51-62
- Friedrich von den Eichen, St., Matzler K.: Disruptive Innovationen erfolgreich managen, in: *Barske H., Gerybadze A., Hünninghausen L., Sommerlatte T. (Hrsg.): Innovationsmanagement*, 2012, 1-14
- Mirow M., Matzler K.: Wie mächtig ist der Mächtige?, in: *Knoblach B., Oltmans T., Hanjal I., Fink D.: Macht in Unternehmen. Der vergessene Faktor*, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2012, 27-42
- Friedrich von den Eichen, St., Bailom F., Matzler K.: Exzellente Innovationsarbeit setzt ein Denken in Geschäftsmodellen voraus, in: *Granig et al. (Hrsg.): Zukunftskraft: Innovation und Marketing*, Johannes Heyn Verlag, Klagenfurt, 2010, 378-385
- Siller L., Matzler K.: Wie Netzwerke die nachhaltige Entwicklung einer Region und dadurch die Wettbewerbsfähigkeit als Tourismusdestination fördern - Fünf Hypothesen am Beispiel des Kulturtourismus in einer alpinen Region, in: *Pechlaner H., Fischer E., Bachinger M. (Hrsg.): Kooperative Kernkompetenzen Management von Netzwerken in Regionen und Destinationen*, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2011, 205-234

- Görtz C., Matzler K., Renzl B.: Wenn Ideen sprudeln, in: *F.A.Z.-Institut, Innovationsprojekte et al. (Hrsg.): Best Minds Meet 2010 - Perspektiven für nachhaltige Innovationsfähigkeit, Frankfurt am Main, 2010, 110-116*
- Matzler K., Bailom F., Hutter K.: Die Rolle von Intuition in strategischen Entscheidungen, in: *Pechlaner H., Raich M., Schön S., Matzler K. (Hrsg.): Change Leadership - Den Wandel antizipieren und aktiv gestalten, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2010, 211-228*
- Matzler K.: Unternehmergeist auf allen Ebenen, in: *FAZ-Institut Innovationsprojekte und TIS innovation Park (Hrsg.): Best Mind Meet, FAZ, Frankfurt am Main, 2009, 223-229*
- Mooradian T.A., Matzler K.: Personality-and-Culture and Commerce: Austria, America, and the World, in: *Grabher G. M., Schwarz C. (eds.): 50 years of American Studies in Innsbruck. Past and Future, Innsbruck University Press, Innsbruck, 2009, 217-236*
- Matzler K., Schwarz E., Kotzent U., Deutinger N.: Innovation, Leadership, Wachstum und Profitabilität in KMUs, in: *Raich M., Pechlaner H., Hinterhuber H. H. (Hrsg.): Entrepreneurial Leadership, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2007, 177-189*
- Szabo E., Kaar A., Matzler K.: International Management Research: Examining Recent Patterns in Authorship, Focus, and Methodology, in: *Ablonczy-Mihályka L., Glaser E., Tompos A. (eds): Issues of Culture and Communication, Győr - Linz, 2007, 107-119*
- Hinterhuber A., Matzler K.: Innovative Pricing-Strategien, in: *Management Kompass Preisstrategien, (Hrsg. Steria Mummert Consulting und FAZ Institut), 2006, No. 3, 8-10.*
- Bailom F., Anschober M., Matzler K., Kausl A.: Preis- und Innovationswettbewerb: Ergebnisse einer Führungskräftebefragung, in: *Hinterhuber H. H., Matzler K. (Hrsg.): Kundenorientierte Unternehmensführung, 5. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden, 2006, 525-541*
- Bidmon S., Matzler K.: Methoden zum Einbezug innovativer Kunden: der Lead User Ansatz, in: *Pikkemaat B., Peters M., Weiermair K. (Hrsg.): Innovationen im Tourismus, Erich Schmidt Verlag, Berlin, 2005, 177-195*
- Renzl B., Matzler K., Huemer E., Rothenberger S.: Wissensbilanzierung an Universitäten, in: *Matzler K., Renzl B., Hinterhuber H. H., Rothenberger S. (Hrsg.): Bewertung und Management von Intangible Assets, Erich Schmidt Verlag, Berlin, 2005, 231-250*
- Matzler K., Renzl B., Rothenberger S.: Unternehmenskultur und Innovationserfolg in Klein- und Mittelunternehmen: Ergebnisse einer empirischen Studie, in: *Tschurtschenthaler P., Pechlaner H., Peters M., Pikkemaat B., Fuchs M. (Hrsg.): Erfolg durch Innovation, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2005, 277-290*
- Matzler K., Waiguny M.: Consequences of Customer Confusion in Online Hotel Booking, in: *Frew A. J. (ed.): Information and Communication Technologies in Tourism 2005, Springer, Wien/New York, 2005, 306-317*
- Renzl B., Hinterhuber H. H., Huemer E., Matzler K. (2005): "Wissensbilanzierung - Erfolgscontrolling im universitären Bereich", in: *Seicht G. (Hrsg.), Jahrbuch für Controlling und Rechnungswesen, Wien: LexisNexis ARD Orac Verlag, 2005 (in Druck)*
- Matzler K., Bidmon S., Schwarz-Musch A., Renzl B.: Erfolgsfaktoren in der Produktinnovation, in: *Weissenberger-Eibl M. A. (Hrsg.): Gestaltung von Innovationssystemen, 2005, 35-64*
- Hinterhuber H. H., Renzl B., Matzler K. (2004): "The Leadership Company - Leadership as Core Competency in the Firm of the Future", in: *del Val T. (Hrsg.), "Economy, Entrepreneurship, Science and Society in the XXI Century - Economía, Empresa, Ciencia y Sociedad en el siglo XXI": Díaz de Santos, 2005 (in Druck)*
- Hinterhuber H. H., Matzler K., Pechlaner H., Renzl B.: Corporate Governance in Multinational Companies, in: *Chen J. C. (ed.): International Institutions and Multinational Enterprises:*

- Global Players – Global Markets*, 2004, S.47-63; reprinted in: *Clarke T., dela Rama M. (eds.): Corporate Governance and Globalization*, Sage, 2006
- Matzler K., Bidmon S., Schwarz-Musch A.: Didaktische Aspekte der Arbeit mit Case Studies, in: *Engelhardt C. (Hrsg.): Ausbildung in der Logistik*, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2006, 241-274
- Matzler K., Hattenberger G., Pechlaner H., Abfalter D.: Lifestyle segmentation, vacation types and guest satisfaction - the case of Alpine skiing tourism , in: *Cooper Ch., Arcodia Ch., Solnet D., M. Whitford (eds.): CAUTHE 2004: Creating Tourism Knowledge. A Selection of Papers from CAUTHE*, 2004, 127-137
- Matzler K., Renzl B., Hinterhuber A.: Internationale Wettbewerbsanalyse: Bedeutung für exportorientierte Unternehmen, in: *Zentes J., Morschett D., Schramm-Klein H. (Hrsg.): Außenhandel: Marketingstrategien und Managementkonzepte*, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2004, 281-308
- Matzler K., Rier M., Hinterhuber H. H., Renzl B., Stadler C.: Methoden und Konzepte im strategischen Management – Bedeutung, Zufriedenheit, Forschungsbedarf, in: *Weissenberger-Eibl M. A. (Hrsg.): Unternehmen im Umbruch – Konzepte, Instrumente und Erfolgsmuster*, Cactus Group Verlag, 2004, 37-60
- Pechlaner H., Fischer E., Matzler K., Renzl B. (2004): Determinanten des Customer Value in Industrieerlebniswelten - eine qualitative Untersuchung am Beispiel der Loden-Erlebniswelt Vintl, in: *Schwark, J. (Hrsg.): Tourismus und Industriekultur - Vermarktung von Technik und Arbeit*, Berlin: Erich Schmidt Verlag, 119-149.
- Matzler K., Renzl B., Pechlaner H.: Werte schaffen – Perspektiven einer stakeholderorientierten Unternehmensführung, in: *Matzler K., Pechlaner H., Renzl B. (Hrsg.): Werte schaffen – Perspektiven einer stakeholderorientierten Unternehmensführung*, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2003, 3-20
- Matzler K., Renzl B., Pechlaner H.: Werte mit und für den Mitarbeiter schaffen,, in: *Matzler K., Pechlaner H., Renzl B. (Hrsg.): Werte schaffen – Perspektiven einer stakeholderorientierten Unternehmensführung*, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2003, 305-318
- Hinterhuber H.H., Matzler K., Pechlaner H., Rothenberger S.: Effektives Kundenwertmanagement, in: *Pechlaner H., Hinterhuber H. H., Matzler K., Kaiser M. (Hrsg.): Kundenwertmanagement im Tourismus*, Erich Schmid Verlag, Berlin, 2003, 3-28
- Ellenhuber B., Pechlaner H., Matzler K.: Die Rolle und Bedeutung der Mitarbeiterzufriedenheit, in: *Pechlaner H., Hinterhuber H. H., Matzler K., Kaiser M. (Hrsg.): Kundenwertmanagement im Tourismus*, Erich Schmid Verlag, Berlin, 2003, 265-297
- Matzler K., Pechlaner H., Ellenhuber B.: Welchen Nutzen haben Gästezufriedenheitsbarometer? Erfahrungen aus Österreich, in: *Pechlaner H., Hinterhuber H. H., Matzler K., Kaiser M. (Hrsg.): Kundenwertmanagement im Tourismus*, Erich Schmid Verlag, Berlin, 2003, 337-362
- Gassner G., Pechlaner H., Matzler K.: Customer Relationship Management am Beispiel Flims, Laax, Falera, in: *Pechlaner H., Hinterhuber H. H., Matzler K., Kaiser M. (Hrsg.): Kundenwertmanagement im Tourismus*, Erich Schmid Verlag, Berlin, 2003, 437-458
- Kittinger-Rosanelli C., Matzler K.: Total Quality Management im Tourismus: Modelle und Methoden, in: *Pechlaner H., Hinterhuber H. H., Matzler K., Kaiser M. (Hrsg.): Kundenwertmanagement im Tourismus*, Erich Schmid Verlag, Berlin, 2003, 165-185
- Matzler K., Bailom F., Hinterhuber H. H., Renzl B., Pichler J.: Empirische Überprüfung des Kano-Modells und Implikationen für die Importance-Performance Analyse, in: *Wildemann H. (Hrsg.): Moderne Produktionskonzepte*, München, 2003, 111-131

- Raich M., Renzl B., Matzler K.: Entrepreneurship-Ausbildung an Hochschulen, in: *Pechlaner H., Summerer M., Peters M., Matzler K. (Hrsg.): Entrepreneurship in der Hotellerie. Management und Leadership, Bozen, 2003, 99-125*
- Matzler K., Stahl H.K., Bank M.: "Basel II" als Chance begreifen – Warum und wie eine rigorose Kundenbewertung die Liquidität verbessern kann, in: *Hans H. Hinterhuber und Heinz K. Stahl (Hrsg.): Kolleg Erfolgreich im Schatten der Großen: Wettbewerbsvorteile für kleine und mittlere Unternehmen, Erich Schmidt Verlag Berlin, Bielefeld, München, 2003, S. 241-262*
- Matzler K., Ender B.: Die Fallstudienmethode – ein Leitfaden für den Einsatz, in: *Matzler K., Ender B., Leihls H. (Hrsg.): Fallstudien aus der Unternehmenspraxis, Studia Verlag Innsbruck, S. 1-21*
- Ender B., E. von Hornstein, Matzler K.: Die Fallstudienmethode – ein Leitfaden für Studierende, in: *Matzler K., Ender B., Leihls H. (Hrsg.): Fallstudien aus der Unternehmenspraxis, Studia Verlag Innsbruck, 2003, 23-36*
- Matzler K., Kähler I.: Qualitätsmanagement im Congress Innsbruck, in: *Matzler K., Ender B., Leihls H. (Hrsg.): Fallstudien aus der Unternehmenspraxis, Studia Verlag Innsbruck, 2003, 103-122*
- Matzler K., Susanna A.: Marktforschung für Museen: Das Archäologie- und Naturmuseum in Bozen, in: *Matzler K., Ender B., Leihls H. (Hrsg.): Fallstudien aus der Unternehmenspraxis, Studia Verlag Innsbruck, 2003, 91-100*
- Matzler K.: Preiszufriedenheit, in: *Diller H., Herrmann A. (Hrsg.): Handbuch Preispolitik, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2003, 303-328*
- Abfalter D., Matzler K., Pechlaner H.: Welchen Nutzen haben Gästezufriedenheitsbarometer? Erfahrungen am Beispiel der Angebotsgruppe „Urlaub am Bauernhof“ in Tirol, in: *Bieger Th., Pechlaner H., Bausch Th. (Hrsg.): Erfolgskonzepte im Tourismus II, Wien, 2002, 85-104*
- Pechlaner H., Matzler K., Siller H.: Kundenzufriedenheit bei Sport-Großveranstaltungen: Ergebnisse einer Primärerhebung anlässlich der alpinen Ski-WM 2001 in St. Anton/Arlberg, in: *Dreyer (Hrsg.): Sport und Tourismus, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2002, 207-222*
- Matzler K., Pramhas N.: Preiszufriedenheit: Prospect Theory oder Kano-Modell?, in: *Hinterhuber H. H., Matzler K. (Hrsg.): Kundenorientierte Unternehmensführung, 3. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden, 2002, 177-189*
- Matzler K., Stahl H. K., Hinterhuber H.H.: Die Customer Based View der Unternehmung, in: *Hinterhuber H. H., Matzler K. (Hrsg.): Kundenorientierte Unternehmensführung, 3. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden, 2002, 3-31*
- Abfalter D., Pechlaner H., Matzler K., Loukota K.: Der Qualimeter als Instrument zur Messung der Kundenzufriedenheit am Beispiel der Angebotsgruppe „Urlaub am Bauernhof“ in Tirol, in: *Hinterhuber H. H., Matzler K. (Hrsg.): Kundenorientierte Unternehmensführung, 3. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden, 2002, 509-528*
- Brioschi A., Matzler K.: Complessità del mercato e innovazioni di marketing: la segmentazione multipla di TIM, in: *Costabile M., Addis M. (Hrsg.): Mobile Communication: Successi di marketing nelle telecomunicazioni mobili in Italia, Mailand, 2002, 111-143*
- Matzler K., Stahl H.-K.: Was bedeutet „Wertsteigerung“ für die Dienstleistungsunternehmung? in: *Hinterhuber H. H., Stahl H.-K. (Hrsg.): Erfolg durch „Dienen“? Zur wertsteigernden Führung von Dienstleistungsunternehmen, Innsbrucker Kolleg für Unternehmensführung, Vol. 4, 2002, 46-62*
- Valdani E., Guenzi P., Matzler K.: Zur Typologisierung von Freizeitdienstleistungen. Ein kundenorientierter Ansatz, in: *Hinterhuber H. H., Stahl H.-K. (Hrsg.): Erfolg durch „Dienen“? Zur wertsteigernden Führung von Dienstleistungsunternehmen, Innsbrucker Kolleg für Unternehmensführung, Vol. 4, 2002, 244-263*

- Hinterhuber H. H., Matzler K., Pechlaner H.: Methoden und Techniken der internationalen Wettbewerbsanalyse, in: *Macharzina K., Oesterle M.-J. (Hrsg.): Handbuch Internationales Management, 2. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden, 2002, 333-359*
- Pechlaner H., Rienzner H., Matzler K., Osti L.: Response Attitudes and Behavior of Hotel Industry to Electronic Info Requests, in: *Wöber K. W., Frew A. J., Hitz M. (eds.): Information and Communication Technologies in Tourism 2002, Springer Verlag, Wien/New York, 177-186*
- Friedrich St. A., Stahl H. K., Matzler K.: Quo vadis RBV? Stand und Entwicklungsmöglichkeiten des Ressourcenansatzes, in: *Bellmann K. et al. (Hrsg.): Aktionsfelder des Kompetenz-Managements, Wiesbaden, 2002, 28-58*
- Matzler K., Pechlaner H.: Management von Kundenzufriedenheit: 10 Trugschlüsse, in: *Weiermair K., Peters M., Reiger E. (Hrsg.): Vom Alten zum Neuen Tourismus. Beiträge aus Forschung und Praxis, Studia Universitätsverlag, Innsbruck, 2001, 26-38*
- Pechlaner H., Matzler K.: Management von Kundenzufriedenheit: Erfahrungen mit einem Gästezufriedenheitsbarometer, in: *Weiermair K., Peters M., Reiger E. (Hrsg.): Vom Alten zum Neuen Tourismus. Beiträge aus Forschung und Praxis, Studia Universitätsverlag, Innsbruck, 2001, 39-49*
- Hinterhuber H. H., Matzler K., Pechlaner H.: Lebenszyklen der Unternehmensneugründung – Vom strategischen Management zum Leadership. Fallbeispiel der Firma Dr. Schär GmbH, in: *Frank, H., Klandt, H. (Hrsg.): Fallstudien zum Gründungsmanagement, 2002, 155-172*
- Pechlaner H., Matzler K.: Über die Diversifikation hinaus - Wie "Business Migration" die Spielregeln des Wettbewerbs verändert. Eine Tour d'horizon, in: *Hinterhuber H. H., Stahl H.K. (Hrsg.): Fallen die Unternehmensgrenzen? Beiträge zu einer außenorientierten Unternehmensführung, Expert Verlag, Renningen-Malmsheim, 2001, 234-253*
- Stahl H.K., Matzler K., Hinterhuber H. H.: Kundenbewertung und Shareholder Value – Versuch einer Synthese, in: *Helm S., Günter B. (Hrsg.): Kundenwert. Grundlagen – innovative Konzepte – praktische Umsetzung, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2001*
- Matzler K., Heischmidt K. A., Velentzas G.: Experience: A New Source of Customer Value, in: *Hinterhuber H. H., Pechlaner H., Matzler K. (Hrsg.): Industrieerlebniswelten – Vom Standort zur Destination, 2001, 103-114*
- Matzler K., Sauerwein E., Stark C.: Methoden zur Identifikation von Basis-, Leistungs- und Begeisterungsfaktoren, in: *Hinterhuber H. H., Matzler K. (Hrsg.): Kundenorientierte Unternehmensführung, 2. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden, 2000, 251-274*
- Friedrich St. A., Hinterhuber H. H., Matzler K., Stahl H.K.: Durch Kooperationen den Kundenwert steigern, in: *Hinterhuber H. H., Matzler K. (Hrsg.): Kundenorientierte Unternehmensführung, 2. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden, 2000, 377-395*
- Hinterhuber H. H., Friedrich St. A., Matzler K., Stahl H. K.: Die Rolle der Kundenzufriedenheit in der strategischen Unternehmensführung, in: *Hinterhuber H. H., Matzler K. (Hrsg.): Kundenorientierte Unternehmensführung, 2. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden, 2000, 3-22*
- Stahl H. K., Hinterhuber H. H., Friedrich St. A., Matzler K.: Kundenzufriedenheit und Kundenwert, in: *Hinterhuber H. H., Matzler K. (Hrsg.): Kundenorientierte Unternehmensführung, 2. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden, 2000, 177-196*
- Matzler K., Bailom F.: Messung von Kundenzufriedenheit, in: *Hinterhuber H. H., Matzler K. (Hrsg.): Kundenorientierte Unternehmensführung, 2. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden, 2000, 197-229*
- Hinterhuber H. H., Matzler K.: Kundenorientierung - Kundenzufriedenheit - Kundenbindung, in: *Hinterhuber H. H., Matzler K. (Hrsg.): Kundenorientierte Unternehmensführung, 2. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden, 2000, 3 - 18*

- Pechlaner H., Matzler K.: Il management della customer satisfaction nella destinazione turistica, in: *Pechlaner H., Weiermair K. (Hrsg.): Destination Management, Touring University Press, Milano, 2000, 177-193*
- Hinterhuber H. H., Matzler K.: Leadership, in: *Zollondz H.-D. (Hrsg.): Lexikon des Qualitätsmanagements, Oldenbourg Verlag, 2000, 477-482*
- Hinterhuber H. H., Matzler K.: Strategie, in: *Zollondz H.-D. (Hrsg.): Lexikon des Qualitätsmanagements, Oldenbourg Verlag, 2000, 1107-1113*
- Matzler K., Pechlaner H.: Customer-Value-orientierte Geschäftsfeldsteuerung in diversifizierten Unternehmungen, in: *Hinterhuber H. H., Friedrich St. A., Matzler K., Pechlaner H. (Hrsg.): Die Zukunft der diversifizierten Unternehmung, Vahlen-Beck-Verlag, 2000, 277-301*
- Pechlaner H., Matzler K.: Tourismuswettbewerb jenseits von Branchengrenzen, in: *Bieger T., Lesser C. (Hrsg.): Jahrbuch 1999/2000, Schweizerisches Tourismuswirtschaft, St. Gallen, 2000, 141-160*
- Hinterhuber H. H., Handlbauer G., Matzler K., Valdani E.: Die neuen Spielregeln des Wettbewerbs: Von der Evolution zur Ko-Evolution, in: *Hinterhuber H. H., Stahl H.K. (Hrsg.): Unternehmensführung im Wandel. Perspektiven, Konzepte, Denkanstösse, Expert-Linde, Verlag, 2000, 10-28*
- Matzler K., Pechlaner H.: Customer Value Management für touristische Destinationen - eine kritische Betrachtung, in: *Pechlaner H., Weiermair K. (Hrsg.): Destinationsmanagement. Führung und Vermarktung von touristischen Zielgebieten, Linde Verlag, Wien, 1999, 179-208*
- Matzler K., Pechlaner H.: Kompetenzorientierte Entwicklung von Kundenakquisitionsstrategien für touristische Destinationen, in: *Pechlaner H., Weiermair K. (Hrsg.): Destinationsmanagement. Führung und Vermarktung von touristischen Zielgebieten, Linde Verlag, Wien, 1999, 137-157*
- Matzler K.: Die Faktorstruktur der Kundenzufriedenheit, in: *Hinterhuber H. H., Matzler K. (Hrsg.): Kundenorientierte Unternehmensführung, Gabler Verlag, Wiesbaden, 1999, 99-128*
- Hinterhuber H. H., Handlbauer G., Matzler K.: Die Personalabteilung als Strategie-Center, in: *Scholz C. (Hg.): Innovative Personalorganisation, Luchterhand Verlag, Neuwied/Kriftl, 1999, 40-54*
- Handlbauer G., Matzler K.: Säulen der kundenorientierten Unternehmensführung, in: *Handlbauer G., Matzler K., Sauerwein E., Stumpf M. (Hrsg.): Perspektiven im Strategischen Management, De Gruyter Verlag, Berlin, New York, 1998, 113-128*
- Handlbauer G., Hinterhuber H. H., Matzler K.: Kundenorientierung als Kernkompetenz, in: *Papmehl A. (Hg.): Total Customer Care, 1998, 27-45*
- Hinterhuber H. H., Bailom F., Handlbauer G., Matzler K.: Kundenzufriedenheit durch Kernkompetenzen, in: *Wildemann H. (Hrsg.): Innovationen in der Produktionswirtschaft - Produkte, Prozesse, Planung und Steuerung, München, TCW Transfer-Centrum-Verlag, 1998, 339-369*
- Matzler K.: Controlling in Italien, in: *Schulte Chr. (Hg.): Lexikon des Controlling, München/Wien, 1996, 388 - 392*

Invited Speeches and key Note Speeches at conferences:

- Matzler K.: Enduring Success: What top companies do differently, 8th International European Forum (IglS-Forum) - (139th EAAE Seminar) on System Dynamics and Innovation in Food Networks February 17-21, 2014 - Innsbruck-IglS, Austria (KEY NOTE SPEECH)
- Kohler T., Lüdicke M., Groshmann M., Matzler K.: The user experience of distance learning in virtual worlds: Lessons learned and future prospects, presented at Louisiana Invitational Conference on Virtual Worlds in Higher Education, 12 December 2008

- Matzler K., Mooradian T.: The strategic drivers of innovation success, Vortrag bei der Tagung des Center for Innovation Management Centers, Williamsburg, USA, 04 June 2008
- Matzler K.: Strategy and Business Excellence, Vortrag bei der ESTAL-Conference, Innsbruck, , 06 October 2006, (KEY NOTE SPEECH)
- Matzler K.: Core issues in strategic management: A survey on the effectiveness and the future of the most important management tools, 44th Foundry Conference, Portoroz/Slovenija, (KEY NOTE SPEECH), 16-17 September 2004
- Hinterhuber H. H., Matzler K.: How does Innovation Management work?, paper presented at the Austrian Economics Today III: Innovation, Privatization and the Public Interest, Friedrich A. v. Hayek Institut, Vienna/Austria, 13-14 October 2004
- Matzler K.: Welchen Nutzen haben Gästezufriedenheitsbarometer? Erfahrungen aus Österreich, präsentiert bei der ITB (Internationale Tourismus Börse), Berlin, 17 März 2002
- Matzler K.: Implementation of ISO 9000: Problems and Facts. Findings from an Empirical Study, presented at the International Conference on Quality Management and Economic Development, Zhengzhou, China, 08-10 September 1997 (KEY NOTE SPEECH)
- Hinterhuber H. H., Matzler K.: Customer Satisfaction in Project Management: How to make product development projects more successful by integrating Kano's model of customer satisfaction into Quality Function Deployment, presented at the A.I.C.E. Conference at the Bocconi University, Milan, 15 November 1996

Conferences:

- Matzler K., Strobl A.: Asymmetry in Customer Satisfaction: The Case of Alpine Skiing Destinations, 2015 TTRA Europe Chapter Conference, 22-24 April, Innsbruck, Austria, 2015
- Matzler K., Krill E., Strobl A.: The Role of Cultural Distance in Managing Change in Transnational Companies, EURAM conference, Warsaw, 17-20 June, 2015
- Veider V., Stadler Ch., Hautz J., Matzler K.: Family Managers and Organizational Ambidexterity, 2015 SMS Annual Conference in Denver, October 3-6, 2015
- Stadler C., Mayer M., Hautz J., Matzler K.: Diversified or Focused: Which Strategy Suits Family Managers, SMS 34th Annual International Conference, Madrid, September 20 - 23, 2014
- Matzler K., Füller J., Hutter K., Hautz J., Stieger D.: Open Strategy: Towards a research agenda, 22nd European Conference on Information Systems, Tel Aviv, 08.06.2014
- Matzler K., Hutter K., Füller J., Hautz J., Stieger D.: Crowdsourcing strategy: How openness changes strategy work – towards a research agenda. Oxford Workshop "Open strategy: transparency and inclusion in strategy processes, Oxford, 30.06.2014
- Füller J., Hutter K., Hautz J., Bilgram V., Matzler K. (2014): Machiavellianism or morality - Which behavior pays off in innovation contests? 21ST IPDMC, Limerick, Ireland, June 15-17, 2014
- Uzelac B., Bauer F., Matzler K., Waschak, M. (2014): The moderating effects of decision making preferences on M&A integration speed and performance, presented at the 2014 European Academy of Management Conference, Valencia, Spain,), 4-7 June 2014
- Strobl A., Matzler K., Bauer F.: The moderating effect of national culture on the relationship between perceived brand personality and the consumer's brand self-congruity, presented at the 2014 European Academy of Management Conference, Valencia, Spain,), 4-7 June 2014

- Matzler K., Hautz J., Huber J., Eder M., Veider V.: The Impact of Family Ownership, Management and Governance on Performance Volatility, paper presented at the 2014 Academy of Management Meeting, August 1-5 in Philadelphia, Pennsylvania, 2014
- Bauer F. Matzler K.: How labor market flexibility and efficiency moderates the effect of human and task integration speed on M&A performance, 30th EGOS Colloquium Rotterdam, The Netherlands, July 3–5, 2014
- Mai Anh Dao, Bauer F., Matzler K., Eulerich M.: Effects of the Cultural Environment on Integration Process Efficiency – The Moderating Role of Common Ground, 30th EGOS Colloquium Rotterdam, The Netherlands, July 3–5, 2014
- Bauer F., Matzler K.: How Labor Market Flexibility and Efficiency Moderates the Effects of Human and Task Integration Speed on M&A Performance, 3. Fachtagung „Mergers & Acquisitions im Spannungsfeld der Rechts- und Wirtschaftswissenschaften – Aktuelle Erkenntnisse aus Forschung und Praxis, 29.11. 2013, Düsseldorf, 2013
- Matzler K.: Open Strategy – Internal Forms, presented at the Panel “Open Strategizing”, presented at the Academy of Management Meeting 2013, August 9-13 2013, Orlando, 2013
- Matzler K., Füller J., Koch B., Hautz J., Hutter K.: Open Strategy: Open strategy - A new strategy paradigm. 11th Annual International Open and User Innovation Workshop, Brighton, 15.07.2013 - 17.07.2013
- Matzler K., Bailom F., Swan S., Mooradian T.: A Multinational analysis of top management orientation’s influence on SME performance, 2nd GIKA Annual Conference, Valencia, Spain, July 9-11, 2013
- Matzler K., Uzelac, B., Bauer F.: Intuition’s versus deliberation’s role for exploration and exploitation success, EURAM conference 2013, Istanbul, 2013
- Bauer, F., Matzler K.: Developing a better measure for speed of integration in M&A, EURAM conference 2013, Istanbul, 2013
- Schiener, M., Bauer, F., Matzler, K.: The Influence of Cultural Integration Speed on the Performance of Mergers & Acquisitions, EURAM conference 2013, Istanbul, 2013
- Sejkora, J., Bauer, F., Matzler, K.: How Brand and Marketing Relatedness affects Brand Integration Strategy and Brand Value, EURAM conference 2013, Istanbul, 2013
- Matzler K., Bauer, F., Degischer, D.; Roth, A.: „Is speed of integration learnable – The moderating role of acquisition experience on the speed performance relationship in M&A”, MakeLearn Conference, Zadar/Croatia 19-21 June, 2013
- Matzler K., Thurner N., Füller J.: Switching experience, customer satisfaction, and switching costs in B2B telecommunication services, paper presented at the EMAC 2013 Conference hosted by ITU in Istanbul, Turkey, June 4-6, 2013
- Füller J., Hutter K., Hautz J., Matzler K.: Does moral behavior in innovation contests pay off or should you behave Machiavellian?, 29th IPDMC Conference, Paris, 2013
- Matzler K., Stieger D., Füller J.: Democratizing strategy: What strategist can learn from innovation managers, paper presented at the IPDMC Conference, Manchester, 2012
- Matzler K., Grabher Ch., Huber J., Füller J.: Predicting new product success with prediction markets in online communities, paper presented at the IPDMC Conference, Manchester, 2012
- Uzelac B., Matzler K., Bauer F.: Do companies unlearn to be intuitive? Factors inhibiting intuitive decision making and innovativeness, paper presented at EURAM Conference, Rotterdam, 2012

- Bauer F., Matzler K. What do we know about speed of integration in M&A? A suggestive future research agenda, paper presented at EURAM Conference, Rotterdam, 2012
- Nocker E., Bowen H., Stadler Ch., Matzler K.: The Impact of Technological Relatedness and Customer Relatedness on Firm Performance, paper presented at the 2012 Academy of Management Annual Meeting in Boston, Massachusetts, 03-07 August 2012
- Füller J., Hutter K., Hautz J., Müller. J., Matzler K.: Virtual Worlds as Collaborative Innovation and Knowledge Platform, paper presented at the 44th Hawaii International Conference on System Sciences, Hawaii, January 2012
- Scott S., Mooradian T.A., Matzler K., Bailom F.: A multinational analysis of top management orientation's influence on SME performance mediated through core competences and competitive advantage, präsentiert bei: IPDMC 2011
- Nocker E., Bowen Harry P., Matzler K., Stadler C.: Relatedness along the Value Chain and Firm Performance, präsentiert bei: SMS Conference 2011
- Matzler K., Mooradian T., Bailom F., Dagmar A.: Corporate culture as an antecedent of successful organizational ambidexterity, präsentiert bei: IPDMC 2011
- Matzler K., Hautz J., Hutter K., Füller J.: The innovativeness of SMEs: Linking employee engagement, employee loyalty, and individual innovative behavior, präsentiert bei: IPDMC 2011
- Füller J., Matzler K., Mühlbacher H., Hutter K.: The impact of customization on the attachment of products and underlying brands, präsentiert bei, IPDMC 2011
- Füller J., Hutter K., Hautz J., Matzler K.: The good into the pot, the bad into the Crop: How to identify the best designs, präsentiert bei: IPDMC 2011
- Bauer F., Matzler K.: Integrating brand and marketing perspectives in M&A, eingereicht bei: DRUID Conference 2011
- Ladstätter F., Stieger D., Matzler K., Chatterjee S.: Democratizing Strategy – How crowdsourcing can be used for strategy dialogues, präsentiert bei: EURAM Conference 2011
- Uzelac B., Matzler K.: Effective intuitive decision making in management: definition, delineation and antecedents of intuition, präsentiert bei: EURAM Conference 2011
- Bauer F., Matzler K.: Developing a more holistic understanding of M&A – Connecting schools of thought and phases of the M&A process through insights from central European SME transactions, präsentiert bei: EURAM Conference 2011
- Nocker E., Bowen H. P., Matzler K., Stadler C.: Relatedness across the Value Chain: Its Measurement and Implications for Corporate Diversification Strategy, präsentiert bei: AOM Meeting 2011
- Füller J., Hutter K., Hautz J., Müller J., Matzler K.: Communitation: The Tension between Competition and Collaboration in Community Based Design Contests, präsentiert bei: 8th Annual International Open and User Innovation Workshop, Boston, 02-04 August 2010
- Hautz J., Hutter K., Füller J., Matzler K.: Where do the great ideas evolve: Exploring the Relationship between Network Position and Idea Quality, präsentiert bei: 8th Annual International Open and User Innovation Workshop Boston, 02-04 August 2010
- Hutter K., Hautz J., Füller J., Matzler K.: Building an Online Innovation Community: Roles of User-Generated Content, User Types and Motivation, präsentiert bei: The R&D Management Conference, Manchester, 30 June – 02 July 2010
- Hutter K., Hautz J., Füller J., Matzler K.: Where do the great ideas evolve? Exploring the relationship between network position and idea quality, präsentiert bei: The R&D Management Conference, Manchester, 30 June – 02 July 2010

- Hutter K., Hautz J., Matzler K., Müller J., Füller J.: Communitition: The tension between competition and collaboration in community based design contests, präsentiert bei: 17th International Product Development Management Conference, Murcia, 13-15 June 2010
- Kohler T., Hautz J., Matzler K., Füller J.: Engaging Avatars For Effective Co-Creation, präsentiert bei: 39th European Marketing Academy Conference (EMAC), Copenhagen, 01-04 June 2010
- Hemetsberger A., Hoppe M., Matzler K., Mühlbacher C., Pichler E.: Sensing and Experiencing the Transformative Power of Brands – An Investigation into Passionate Consumption of Lingerie, präsentiert bei: 39th European Marketing Academy Conference (EMAC), Copenhagen, 01-04 June 2010
- Matzler K., Mooradian T. A., Davis M.: Dispositional empathy and the hierarchical structure of personality, präsentiert bei: 10th Annual European Academy of Management (EURAM) Conference, Rome, 19-22 May 2010
- Hautz J., Hutter K., Füller J., Matzler K., Rieger M.: How to Establish an Online Innovation Community? The Role of Users and their Innovative Content, präsentiert bei: 43rd Hawaii International Conference on System Sciences, Hawaii, 05-08 January 2010
- Kohler T., Füller J., Matzler K., Stieger D.: Avatar-based Innovation: Consequences of virtual co-creation experiences, 43rd Hawaii International Conference on System Sciences, Hawaii, 05-08 January 2010
- Füller J., Kohler T., Stieger D., Matzler K.: Exploring the nature and role of the virtual co-creation experience, UOI-workshop 09, Hamburg, 03-05 June 2009
- Füller J., Kohler T., Stieger D., Matzler K.: Avatar based innovation: How Avatars Experience Co-Creation Projects in Second Life, präsentiert bei der Virtual World Conference, Austin/Texas, 02 April 2009
- Adkins D., Matzler K., Mooradian T. A.: Maximizing moral intuition in managerial decision-making, presented at: Academy of Management Meeting, Chicago, 07-11 August 2009
- Müller J., Abfalter D., Hautz J., Hutter K., Matzler K., Raich M.: Corporate Environmentalism: A comparative analysis of country and industry differences in leading US and German companies, presented at: Academy of Management Meeting, Chicago, 07-11 August 2009
- Hoppe M., Matzler K., Hemetsberger A., Pichler E.: The Transformative Power of Brands – An Investigation into the impact of Self-transformation on Consumer Passion, paper submitted to: 38th Emac, Nantes/France, 26-29 May 2009
- Faullant R., Matzler K., Linder A., Bailom F.: Cross-cultural differences in customer delight: An application of the three-factor-theory of customer satisfaction in different cultures, presented at: 38th Emac, Nantes/France, 26-29 May 2009
- Matzler K., Linder A., Bailom F., Mooradian T. A./Ring Lawrence: Converting Browser to Buyers: A practical approach to measure and increase conversion rate in retailing, presented at: 38th Emac, Nantes/France (Poster), 26-29 May 2009
- Pichler E., Füller J., Matzler K.: The cars, the enthusiasts and their community, presented at: 38th Emac, Nantes/France, 26-29 May 2009
- Füller J., Matzler K., Hutter K.: Which Creativity Components Qualify Consumers to Engage in Open Innovation Projects? – Exploration of Asymmetrical Effects, presented at: 16th international product development management conference, Twente, 2009
- Kohler T., Matzler K., Füller J.: The co-creation experience in virtual worlds, presented at: 16th international product development management conference, Twente, 2009

- Matzler K., Pichler E., Hemetsberger A.: Passionate Devotees or Knowledgeable Brand Experts – WHO Drives Evangelism?, presented at: AMA Winter Educator's Conference, Tampa/Florida, February 2009
- Matzler K., Bailom F., Hutter K.: Die Rolle von Intuition in strategischen Entscheidungen, präsentiert beim 2. LeadersEntrepreneur Symposium, Katholische Universität Eichstätt, 08-09 Oktober 2008
- Schwarz E., Faullant R., Matzler K.: The impact of entrepreneurship culture and innovativeness on business growth: An empirical study of small- and medium-sized enterprises." Forum der deutschen Mittelstandsforschung, Frankfurt am Main, 30–31 Oktober 2008
- Siller L., Matzler K., Peters M.: Resource-based versus Market-based strategy perceptions: Implications for cultural tourism destinations, presented at the ATLAS annual conference 2008, Brighthton, 02-04 July 2008
- Matzler K., Stieger D., Füller J.: Consumer confusion in mass customization: Testing a network of antecedents and consequences, presented at the EURAM conference, Ljubljana, May 2008
- Matzler K., Müller J.: Individual determinants of knowledge sharing - goal orientation and personality, presented at the EURAM conference, Ljubljana, May 2008
- Siller L., Matzler K., Peters M.: Implications of a resource-based and a market-based view for the strategic management in destinations of cultural tourism, paper presented at the EURAM conference, Ljubljana, May 2008
- Matzler K., Füller J., Pichler E., Mooradian T. A.: Personality, the product and the brand community, presented at the 37th EMAC, Brighton, England, May 2008
- Waiguny M., Hoppe M., Matzler K.: Usability-Dimensions and their Emotional Outcome, presented at the 37th EMAC, Brighton, England, May 2008
- Matzler K., Faullant R., Mooradian T. A.: The role of personality and culture in the formation of consumption-based emotions and satisfaction, presented at the 37th EMAC, Brighton, England, May 2008
- Faullant R., Füller J., Matzler K.: Explaining the adoption process of new mobile service applications in socially enriched environments, presented at the 37th EMAC, Brighton, England, May 2008
- Füller J., Faullant R., Matzler K.: Triggers for Virtual Customer Integration in the Development of Medical Equipment - From a Manufacturer and a User Perspective, präsentiert bei: 15th international product development management conference, Hamburg, 29 June – 01 July 2008
- Kohler T., Matzler K., Füller J.: Avatar-Based Innovation Using Virtual Worlds for Real World Innovation, präsentiert bei: 15th international product development management conference, Hamburg, 29 June – 01 July 2008
- Kohler T., Füller J., Matzler K.: Preconditions of Avatar-based innovation: Creating a compelling experience, paper presented at the conference "When Media Environments Become Real - International Conference on Reality Shift in Media", University of Bern, Switzerland, 04-06 February 2008
- Schwarz E., Faullant R., Matzler K.: "Organizational culture and product innovativeness as determinants of business growth: An empirical study of small- and medium-sized enterprises." In: *Rebernik M., Rus M., Kroslin T., Bradac B., (Ed.): The power of networking.* 229- 238. Proceedings of the 28th podim, Maribor/SLO, 27–28 März 2008
- Faullant R., Matzler K., Füller J.: A positioning map of skiing areas using customer satisfaction scores, präsentiert bei: *1st Conference on strategic development in services marketing, Chios, 27-29 September 2007*

- Faullant R., Matzler K., Füller J.: The Impact of Satisfaction and Image on Loyalty: The case of Alpine Ski Resorts, präsentiert bei: *1st Conference on strategic development in services marketing, Chios*, 27-29 September 2007
- Hoppe M., Matzler K., Terlutter R.: The brand community approach: An integrated model of brand communities and their impact on brand loyalty and brand recommendation, paper presented at the 6th International conference on research in advertising (ICORIA), Lissabon, 29-30 June 2007
- Johann Füller, Hans Mühlbacher, Kurt Matzler, and Gregor Jawecki: Can the Internet empower consumers' innovativeness? A study on the effect of internet-based new product development tools, eingereicht bei: EMAC 2007, Reykjavik, May 2007
- Hoppe M., Matzler K., Terlutter R.: The functional chain of brand communities and their impact on brand loyalty and brand recommendation, eingereicht bei: EMAC 2007, Reykjavik, May 2007
- Matzler K., Grabner-Kräuter S., Bidmon S.: Are risk-averse customer more loyal?, paper presented at EMAC 2007, Reykjavik, May 2007
- Jawecki G., Füller J., Matzler K.: Innovation creation in online consumer groups, paper presented at the 14th international product development conference, Port, Portugal, 10-12 June 2007
- Matzler K., Füller J.: Brand community members as source of innovation, paper presented at the 4th international product development conference, Port, Portugal, 10-12 June 2007
- Matzler K., Mooradian T., Füller J., Hemetsberger A., Pichler E.: Identification with brand community and brand knowledge: Individual determinants and behavioural consequences, paper presented at the Society for consumer psychology conference, Bally's Las Vegas, 22-25 February 2007
- Matzler K., Pichler E., Hemetsberger A.: Who is spreading the word? The influence of extraversion and openness on consumer passion and evangelism, paper presented at the American Marketing Association's Winter Educators' Conference 2007, San Diego, CA, February 2007
- Stadler Chr., Matzler K., Renzl B., Hinterhuber H. H.: CEO's attitude towards shareholder and stakeholder value: The Continental European and Anglo-Saxon perspective, paper presented at the Strategic Management Society's 26th Annual International Conference, Vienna, 29 October – 01 November 2006
- Matzler K., Schwarz E., Deutinger N.: The Relationship between Innovativeness, Leadership, Growth and Profitability in SMEs, paper presented at the RENT XX - RESEARCH IN ENTREPRENEURSHIP AND SMALL BUSINESS Conference, Brussels, 24-25 November 2006
- Schwarz E., Kotzent U., Matzler K.: Entrepreneurship-Kultur, Innovativität und Wachstum von kleinen und mittelständischen Unternehmen, paper presented at the Tagung Entrepreneurship Leader Innsbruck Symposium, Universität Innsbruck, 27-29 September 2006
- Füller J., Matzler K.: Integrating Customer Knowledge in Product Innovation: A Case Study on Virtual Product Development, eingereicht bei der Advanced International Summer School, 8th session on: Innovation in the extended Enterprise, Ostuni, Brindisi/Italy, 05-08 July 2006
- Matzler K., Renzl B., Müller J., Herting St.: Personality Traits and Knowledge Sharing, paper presented at the Conference of the European Academy of Management (EURAM), Oslo, May 2006
- Matzler K., Renzl B., Mooradian T. A., von Krogh G.: Personality Traits, Affective Commitment, Documentation of Knowledge and Knowledge Sharing, paper presented at the 2006 Academy of Management Annual Meeting, in Atlanta, Georgia, 11-16 August 2006
- Matzler K., Faullant R.: Self-satisfaction as predictor of overall satisfaction in service contexts with high customer participation, and the impact of Neuroticism and Extraversion on performance evaluation, paper presented at the 35th EMAC conference, Athens, May 2006

- Füller J., Matzler K., Renzl B.: Customer satisfaction and loyalty with alpine ski resorts: The moderating effect of lifestyle, spending and customer's skiing skills, paper presented at the 35th EMAC conference, Athens, May 2006
- Matzler K., Bailom F.: Top Management Innovation Orientation, Market Orientation and Competence Management as Antecedents of Product Innovation Success and Firm Performance, paper presented at the 13th international product development management conference, Milan, 11-13 June 2006
- Matzler K., Waiguny M., Toschkov A., Mooradian T. A.: Usability, Emotions and Customer Satisfaction in Online Travel Booking, paper presented at ENTER 2006, Lausanne, Switzerland, 18-20 January 2006
- Rothenberger S., Matzler K.: The impact of price information, price worthiness and prices fairness on customer satisfaction and loyalty, paper presented at the Fordham University Pricing Conference, New York, 4-5 November 2005
- Mooradian T., Renzl B., Matzler K.: Propensity to Trust, Faith, and Knowledge Sharing, paper presented at the EIASM Trust Workshop, Amsterdam, 27-28 October 2005
- Mooradian T., Matzler K., Faullant R.: Primary emotional responses, cognitive appraisals, and satisfaction in an high-intensity experiential consumption, paper presented at the 14th Annual Frontiers in Services Conference, Tempe, Arizona, 06-09 October 2005
- Matzler K., Faullant R., Renzl B., Leiter V.: The influence of personality and emotions on customer (self)-satisfaction, paper presented at the 3rd International Conference on Business, Economics, Management and Marketing, Athens, Greece, 16-18 June 2005
- Waiguny M., Matzler K., Faullant R., Bidmon S., Fladnitzer M.: Consumer confusion in Mass Customization, paper presented at the International Mass Customization Meeting 2005, Klagenfurt/Austria, 02-03 June 2005
- Matzler K., Renzl B., Rothenberger S.: Price information, price confidence and price fairness, paper presented at the 34th EMAC Conference, Milan, 24-27 May 2005
- Matzler K., Bidmon S., Faullant R., Fladnitzer M., Grabner-Kräuter S., Schwarz-Musch A.: Price fairness, personality traits and emotions, paper presented at the 34th EMAC Conference, Milan, 24-27 May 2005
- Matzler K., Renzl B.: Asymmetric effects in the formation of employee satisfaction, paper presented at the Conference of the European Academy of Management (EURAM), TUM Business School, Munich, Germany, 2005, 04-07 May 2005
- Füller J., Matzler K.: Virtual Product Development and Customer Participation – a Chance for Customer Centred, Real New Products, paper presented at the 2005 Conference on Virtual product Development (VPD) in Automotive Engineering, Mürzzuschlag/Austria, 09-10 March 2005
- Renzl B., Matzler K., Mader Chr.: Impact of Trust in Colleagues and Management on Knowledge Sharing within and across Work Groups, paper presented at the 6th Conference on Organizational Knowledge, Learning and Capabilities (OKLC), Waltham, Massachusetts, USA, 17-19 March 2005
- Renzl B., Matzler K., Huemer E., Rothenberger S.: Wissensbilanzierung an Universitäten, Vortrag gehalten auf der Tagung „Bewertung und Management von Intangible Assets“, Universität Innsbruck, 23-25 Februar 2005
- Matzler K., Renzl B., Rothenberger S.: Assessing The Determinants of Service And Price Satisfaction In The Hotel Industry, paper presented at the CAUTHE 2005: Sharing Tourism Knowledge Conference in Alice Springs, Australia from the 01-05 February 2005

- Matzler K., Bidmon S., Faullant R., Waiguny M.: Dimensions and consequences of customer e-confusion in online buying behavior, paper presented at the 4th European Marketing Trends Congress - Paris 2005, Paris, France, 21-22 January 2005
- Matzler K., Waiguny M.: Consequences of customer confusion in online hotel booking, paper presented at ENTER 2005, Innsbruck, Austria, 26–28 January 2005
- Matzler K., Rier M., Hinterhuber H. H., Renzl B., Stadler Ch.: Core issues in strategic management: A survey on the effectiveness and the future of the most important management tools, paper presented at the 44th Foundry Conference, Portoroz/Slovenija, 16-17 September 2004
- Matzler K., Hinterhuber H. H., Daxer C., Huber M.: The Relationship between Customer Satisfaction and Shareholder Value, paper presented at the EMAC Conference 2004, Murcia/Spain, 17-20 May 2004
- Matzler K., Hattenberger G., Pechlaner H., Abfalter D.: Lifestyle segmentation, vacation types and guest satisfaction - the case of Alpine skiing tourism, refereed research paper bei der CAUTHE (The Council for Australian University Tourism and Hospitality Education) 2004 Annual Conference, University of Queensland, Brisbane, Australia, February 2004
- Pechlaner H., Helfricht M., Raich F., Matzler K.: Customer Value Management of Sport Events, Aiest Congress 2003, Athens/Greece, 07-12 September 2003
- Matzler K., Pechlaner H., Abfalter D., Wolf M.: Measuring the Response Behaviour of Hotel Industry to Electronic Info Requests, refereed research paper bei der CAUTHE (The Council for Australian University Tourism and Hospitality Education) 2003 Annual Conference, COFFS HARBOUR, NSW, AUSTRALIA, 05-08 February 2003
- Hinterhuber H. H., Matzler K., Renzl B., Pechlaner H.: Corporate Governance in Multinational Corporations, 2nd CSI-Conference: International Institutions and Multinational enterprises. Global Players – Global Markets, Innsbruck, 20-22 November 2002
- Matzler K., Bailom F., Hinterhuber H. H., Renzl B., Pichler J.: Empirische Überprüfung des Kano-Modells und Implikationen für die Importance-Performance Analyse, präsentiert bei der Herbsttagung der Kommission für Produktionswirtschaft des Verbandes der Hochschullehrer, München, 2002
- Pechlaner H., Zehrer A., Matzler K., Abfalter D.: An international Quality Assessment of Tourism and Hospitality Journals, presented at the International Tourism Research Conference “Reinventing a Tourism Destination”, Dubrovnik, 18-21 October 2002
- Matzler K., Bailom F., Hinterhuber H. H., Renzl B., Pichler J.: The asymmetric relationship between quality attribute performance and overall customer satisfaction: A reconsideration of the Importance-Performance Analysis, presented at the 12th International Working Seminar on Production Economics, Igls/Austria, 18-22 February 2002
- Matzler K.: Die Customer-based View der Unternehmung, präsentiert bei der Tagung der Kommission Marketing des Verbandes der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft, Bad Homburg, 17-19 Januar 2002
- Pechlaner H., Rienzner H., Matzler K. & Osti L.: Response attitudes and behavior of hotel industry to electronic info requests – A mystery guest approach, paper presented at ENTER 2002, Innsbruck, Austria, 23-25 January 2005
- Matzler K., Renzl B.: Patterns in Management Research: An Analysis of US American, European and German Approaches, paper presented at the 2nd Annual Conference on Innovative Research in Management, EURAM, Stockholm, Sweden, 09-11 May 2002

- Matzler K., Hinterhuber H. H., Stahl H.-K., Friedrich St. A.: Core Issues in Strategy Research: A German Perspective, präsentiert beim Workshop: Issues on Strategic Management, Universität Bozen, 03 Juli 2001
- Friedrich St. A., Stahl H. K., Matzler K.: Quo Vadis RBV? Stand des Ressourcenansatzes im deutschsprachigen Raum und sein Entwicklungsmöglichkeiten, präsentiert beim II. Symposium „Strategisches Kompetenzmanagement“, Johannes Gutenberg Universität Mainz, 27–28 September 2001
- Pechlaner H., Matzler K., Siller H.: Kundenzufriedenheit bei Sport-Grossveranstaltungen: Die alpine SKI-WM 2001 in St. Anton, präsentiert beim Kongress der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft, Wernigerode, 06-08 Dezember 2001
- Hinterhuber H. H., Friedrich St., Matzler K., Stahl H., Leprich G.: German Research in Strategic Management: Core Issues and Future Directions, presented at the founding Conference of the European Academy of Management, Barcelona, 19-21 April 2001
- Sauerwein E., Matzler K., Pechlaner H.: Factor Structure of Customer Satisfaction – Theory, Measurement, Implications, in: Joze Peric (Hrsg.): Proceedings of Hotel 2000 15th Biennial International Congress, Tourism and Hospitality Management: Trends and Challenges for the Future, Opatija, Croatia, 25-28 October 2000, S. 267-279
- Stumpf M., Matzler K., Pechlaner H.: The impact of team structure diversity on team performance, in: Proceedings of the 11th International Working Seminar on Production Economics, Igls/Innsbruck, Vol. 3, 21-25 February 2000, S. 521-533
- Hinterhuber H. H., Matzler K., Friedrich St. A., Pechlaner H.: Strategic Leadership in Diversified Companies: A European Approach, presented at the 19th Annual International Conference of the Strategic Management Society, Berlin, 03-06 October 1999
- Matzler K.: The strategic Value of Quality Management Systems According to ISO 9000: Results of an International Empirical Study, presented at the 14th International Conference on Production Research in OSAKA, Japan, 04-08 August 1997
- Hinterhuber H. H., Bailom F., Handlbauer G., Matzler K.: Kundenzufriedenheit durch Kernkompetenzen, Vortrag bei der Tagung der Kommission "Produktionswirtschaft", Verband der Hochschullehrer, München, 18 September 1997
- Hinterhuber H. H., Bailom F., Matzler K., Sauerwein E.: Kano's Model: How to delight your customers, presented at the Ninth International Working Seminar on Production Economics, Igls/Austria, 19-23 February 1996
- Bailom F., Hinterhuber H. H., Matzler K., Sauerwein E.: Attractive Quality and Must-be Quality, presented at The International Congress coinciding with Austria's millennium: Alpine Tourism-Sustainability: Reconsidered and Redesigned, Innsbruck/Austria, 02-05 May 1996

Edited books & special issues in journals:

- Bailom F., Matzler K., Weber K. (eds.): Wachstum durch Differenzierung, IMP Perspectives, Vol. 6, 2015
- Spieth P., Lundberg H., Matzler K. (eds.): Special issue on business model innovation, International Entrepreneurship and Innovation Management, vol. 18, No. 4, 2014
- Matzler K., Pechlaner H., Renzl B. (Eds.): Strategie und Leadership, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2014
- Spieth P., Tidd J., Matzler K., Schneckenberg D., Vanhaverbeke W. (eds.): Special issue on business model innovation, International Journal of Innovation Management, Vol. 17, No. 1, 2013

- Bailom F., Matzler K., Weber K. (Eds.): Wir wachsen, also sind wir. Wachstumslogiken der Zukunft, IMP Perspectives, Innsbruck, 2013
- Bailom F., Matzler K. (Eds.): Macht. Führung. Sinn. Leadershiplogiken der Zukunft, IMP Perspectives, Innsbruck, 2012
- Bailom F., Matzler K. (Eds.): Innovationslogiken der Zukunft, IMP Perspectives, Innsbruck, 2011
- Bailom F., Matzler K. (Eds.): Geschäftslogiken der Zukunft, IMP Perspectives, Innsbruck, 2010
- Pechlaner H., Raich M., Schön S., Matzler K. (Eds.): Change Leadership. Den Wandel antizipieren und aktiv gestalten, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2010
- Bailom F., Matzler K. (Eds.): Einzigartigkeit im Management, IMP Perspectives, Innsbruck, 2009
- Hinterhuber H., Matzler K. (Eds.): Kundenorientierte Unternehmensführung. Kundenorientierung - Kundenzufriedenheit - Kundenbindung, 6. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden, 2008
- Renzl B., Matzler K., Hinterhuber H. H. (Eds.): The Future of Knowledge Management, Palgrave MacMillan, Houndmills, Basingstoke, Hampshire, England, 2006
- Matzler K., Hinterhuber H.H., Renzl B., Rothenberger S. (Eds.): Bewertung und Management von Intangible Assets, Erich Schmidt Verlag, Berlin, 2006
- Renzl B., Matzler K. (eds.): Special Issue on Mastering Knowledge in Organizations", Knowledge and Process Management - the Journal of Corporate Transformation, Vol. 13/1, 2006
- Renzl B., Matzler K., Hinterhuber H. H. (eds.): Special Issue on Organizational Knowledge, learning and Capabilities, Management Learning - the international journal for managerial and organizational learning and development, Vol. 37 (2), 2006
- Friedrich von den Eichen St. A., Hinterhuber H. H., Matzler K., Stahl H. K. (Hrsg): Entwicklungslinien des Kompetenzmanagements, Gabler Verlag Wiesbaden, 2004
- Matzler K., Pechlaner H., Renzl B. (Eds.): Werte schaffen – Perspektiven einer stakeholderorientierten Unternehmensführung, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2003
- Pechlaner H., Hinterhuber H. H., Matzler K., Kaiser M. (Eds.): Kundenwertmanagement im Tourismus, Erich Schmid Verlag, Berlin, 2004
- Matzler K., Ender B., Leihls H. (Eds.): Fallstudien aus der Unternehmenspraxis, Studia Verlag, Innsbruck, 2003
- Pechlaner H., Summerer M., Peters M., Matzler K. (Eds.): Unternehmertum in der Hotellerie. Management und Leadership, Bozen, 2003
- Hinterhuber H.H., Pechlaner H., Matzler K. (Eds.): Industrieerlebniswelten – Vom Standort zur Destination, Erich Schmid Verlag, Berlin, 2001
- Hinterhuber H. H., Friedrich St. A., Matzler K., Pechlaner H. (Eds.): Die Zukunft der diversifizierten Unternehmung, Vahlen-Beck-Verlag, 2000
- Handlbauer G., Matzler K., Sauerwein E., Stumpf M. (Eds.): Perspektiven im Strategischen Management, De Gruyter Verlag, Berlin/New York, 1998