

Prof. Kurt Matzler – Publikationsliste (Stand 23.09.2008)

Buchpublikationen:

- Mooradian T.A./Matzler K.: The Marketing Triage, Prentice Hall, 2009 (forthcoming)
- Bailom F./ Matzler K./Tschemernjak D.: Enduring success – what top companies do differently, Palgrave MacMillan, 2007
- Bailom F./ Matzler K./Tschemernjak D.: Was Top-Unternehmen anders machen, Linde Verlag, Wien, 2006
- 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

Herausgebertätigkeit:

- Hinterhuber H./Matzler K. (Hrsg.): Kundenorientierte Unternehmensführung. Kundenorientierung - Kundenzufriedenheit - Kundenbindung, 5. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden, 2006
- Renzl B./Matzler K./Hinterhuber H. H. (Eds.): The Future of Knowledge Management, Palgrave MacMillan, Houndmills, Basingstoke, Hampshire, England, 2006
- Renzl B./Matzler K./Hinterhuber H. H. (Eds.): Organizational knowledge, learning and capabilities, Special Issue of the journal "Management Learning", Volume 37, No. 2, 2006
- Renzl B./Matzler K./Hinterhuber H. H. (Eds.): Knowledge Management, special issue of the journal "Mastering Knowledge in Organizations: Challenges, Practices and Prospects", Vol. 43, Issue 1, 2006
- Matzler K./Hinterhuber H.H./Renzl B./Rothenberger S. (Eds.): Bewertung und Management von Intangible Assets, Erich Schmidt Verlag, Berlin, 2006
- Renzl B./Hinterhuber H. H./Matzler K. (eds.): Proceedings of the 5th European Conference on Organizational Knowledge, Learning and Capabilities, Innsbruck, April 1-2, 2004
- 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. (Hrsg.): Werte schaffen – Perspektiven einer stakeholderorientierten Unternehmensführung, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2003
- Pechlaner H./Hinterhuber H. H./Matzler K./Kaiser M. (Hrsg.): Kundenwertmanagement im Tourismus, Erich Schmid Verlag, Berlin, 2004
- Matzler K./Ender B./Leihls H. (Hrsg.): Fallstudien aus der Unternehmenspraxis, Studia Verlag, Innsbruck, 2003
- Pechlaner H./Summerer M./Peters M./Matzler K. (Hrsg.): Unternehmertum in der Hotellerie. Management und Leadership, Bozen, 2003
- Hinterhuber H.H./Pechlaner H./Matzler K. (Hrsg.): Industrierlebniswelten – Vom Standort zur Destination, Erich Schmid Verlag, Berlin, 2001

Hinterhuber H. H./Friedrich St. A./Matzler K./Pechlaner H. (Hrsg.): Die Zukunft der diversifizierten Unternehmung, Vahlen-Beck-Verlag, 2000

Handlbauer G./Matzler K./Sauerwein E./Stumpf M. (Hrsg.): Perspektiven im Strategischen Management, De Gruyter Verlag, Berlin/New York, 1998

Aufsätze:

Matzler K./Bailom F.: Was Top-Unternehmen anders machen: Ergebnisse einer europäischen Strategiestudie, in: *Controller Magazin* (in Druck)

Matzler K./Füller J./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

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

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*, 2008, Vol. 21, Issue 2, 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./Fueller 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, S. 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, S. 7-18

Matzler K./Bailom F./Mooradian T. A.: Intuitive Decision Making, in: *MIT Sloan Management Review*, Vol. 49, No. 1, 2007, S. 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, S. 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, S. 378-387
- Matzler K./Renzl B.: Assessing asymmetric effects in the formation of employee satisfaction, in: *Tourism Management*, Vol. 28, No. 4, 2007, S. 1093-1103
- Matzler K./Renzl B.: Personality traits, employee satisfaction, and affective commitment, in: *Total Quality Management & Business Excellence*, Vol. 18, No. 5, 2007, S. 589-598
- Bailom F./Matzler K./Tschernernjak D.: Top-Unternehmen brechen mit den bewährten Erfolgsmustern, in: *GDI-Impulse*, Sommer, 2007, S. 64-74
- 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, pp. 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, pp. 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
- Bailom, F./Tschernernjak D./Matzler K./Ansober M.: Einsatz für Innovationen, in: *Harvard Business Manager*, März, 2006, S. 10-12
- 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, Issue 2, 2005, S. 32-39
- Matzler K./Bailom F./Tschernernjak D./Ansober M./Hinterhuber H. H.: Kostensenkungsprogramme in der Praxis: Ergebnisse einer Managerbefragung, in: *Der Controlling-Berater*, Heft 11, 2005, Nr. 5, S. 723-738, wiederabgedruckt in: *Praxis des Rechnungswesen*, Nr. 6, Oktober, 2005, S. 445-457

- Matzler K./Hinterhuber H. H./Daxer C./Huber M.: The Relationship between Customer Satisfaction and Shareholder Value, in: Total Quality Management & Business Excellence, 2005, Vol. 16, No. 5, 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, Nr. 1, 2005, pp. 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, pp. 249-259
- Matzler K./Fuchs M./Binder H. J./Leihls H.: Asymmetrische Effekte bei der Entstehung von Kundenzufriedenheit: Konsequenzen für die Importance-Performance Analyse, Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Nr. 3, März, 2005, S. 299-317
- 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, pp. 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, 16. Jg., 8/8, 2004, S. 451-456
- 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, pp. 1179-1198
- Matzler K./ Fässler R.: Kundenorientierung: Steigerung der Kundenzufriedenheit durch Prozess-Controlling: in: Der Controlling-Berater, Heft 5, 2004, S. 627-649
- 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, pp. 328-332
- Matzler K./Hinterhuber H. H./Renzl B./Rier M.: Einigkeit bei der Bedeutung künftiger Management Tools, in: CADplus Business + Engineering, März/April, 2004, S. 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, Nr. 2, März/April, 2004, S. 82-85
- 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, pp. 271-277
- Zehrer, A./Pechlaner H./Matzler K.: Die Positionierung von Tourismus-Fachzeitschriften zwischen Wissenschaft und Praxis, in: Tourismus Journal, 7. Jg., Heft 3, 2003, S. 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, Journal of Hospitality and Tourism Management, Vol. 10, Supplement 2003, pp. 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, pp. 6-11
- Matzler K./Altmann A./Mühlbacher H./Leihls H.: Preiszufriedenheit als multiattributives Konstrukt, in: *Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung*, Nr. 2, 2003, S. 144-159
- 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, S. 149-161
- Hinterhuber Hans H./Renzl B./Matzler K./Pechlaner H.: Corporate Governance – Stakeholder or Shareholder Value? in: *Economic Thought (Ikonomiticheska Missal, Zeitschrift vom Institut für Wirtschaftsforschung der bulgarischen Akademie der Wissenschaften)*, Nr. 6, 2003, S. 74-77
- 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*, Jg. 73, H. 4, 2003, S. 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, S. 70-95
- Pechlaner H./Smeral E./Matzler K.: Customer Value Management as a Determinant of the Competitive Position of Tourism Destinations, in: *Tourism Review*, Vo. 57, No. 4, 2002, S. 15-22
- Busacca B./Matzler K./Padula G.: Three factor theory of customer satisfaction: Theory, measurement and implications, Working Paper n. 72, Novembre 2002, SDA Bocconi, Milan.
- 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, S. 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, pp. 25-47
- Matzler K./Pechlaner H./Siller H.: Die Ermittlung von Basis-, Leistungs- und Begeisterungsfaktoren der Gästezufriedenheit, in: *Tourismus Journal*, Nr. 5, 2001, S. 445-469
- Matzler K.: Konsequente Kundenorientierung von Bankdienstleistungen durch Customer Value-Strategien, in: *Österreichisches BankArchiv*, April, 2001, S. 285-294
- Stahl H. K./Matzler K.: Continuous Prospect Scanning - Ein Ansatz der kompetenzorientierten Entwicklung von Kundenakquisitionsstrategien, in: *Journal für Betriebswirtschaft*, 2001, Heft 2, S. 56-69

- Matzler K./Hinterhuber H. H./Pechlaner H./Geier J.: Ein Ranking deutschsprachiger Fachzeitschriften der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Ergänzungsheft 1, 2001, S. 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, Heft 2, Bd. 4, 2000, S. 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, 4-5, 2000, S. 180-190
- Matzler K./Stahl H. K.: Kundenzufriedenheit und Unternehmenswertsteigerung, in: Die Betriebswirtschaft, Bd. 60, Nr. 5, 2000, S. 626-641
- Matzler K./Stark C.: Messung der Kundenzufriedenheit interner EDV-Dienstleistungen, in: WISU, 2000/12, S. 1639-1649
- Matzler, K./Kittinger-Rosanelli, Chr.: Mystery-Shopping als Instrument zur Messung der wahrgenommenen Dienstleistungsqualität in Banken, in: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, Bd. 46, 3, 2000, S. 220-241
- Matzler K.: Customer Value Management, in: Die Unternehmung, Bd. 54, Nr. 4, 2000, S. 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, Jg. 79, Nr. 12, 2000, S. 1351-1370
- Matzler K.: Die Opponent-Prozess-Theorie als Erklärungsansatz einer Mehr-Faktor-Struktur der Kundenzufriedenheit, in: Marketing ZFP, Heft 1, 1. Quartal, 2000, S. 5-24
- Hinterhuber H. H./Matzler K./Handlbauer G.: Creating Superior Customer Value for Worldwide Competitiveness, in: Productivity, Vol. 40, No. 1, April-June, 1999, S. 35-44
- Bailom F./Casagrande M./Matzler K.: Wertsteigernde Akquisitionsstrategien durch die Benefit-Profitabilitäts-Analyse, in: Thexis, Nr. 2, 1999, S. 15-19
- Matzler K./Hinterhuber H. H.: ISO 9000 - Strengths and Weaknesses, in: Industrial Engineering and Management, Vol. 3, No. 6, December 1998, pp. 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, pp. 259-271, wiederabgedruckt in: Yönetim, Yil 9, Sayi 31, 1998, pp. 4-17
- Handlbauer G./Hinterhuber H. H./Matzler K.: Kernkompetenzen, in: Wisu - das Wirtschaftsstudium, Nr. 8/9, 1998, S. 911-916
- Hinterhuber H. H./Handlbauer G./Matzler K./Valdani E.: The New Rules of Competition: From Evolution to Co-Evolution, in: CEMS Business Review, 2: 1998, S. 167-175
- Bailom F./Tschernernjak D./Matzler K./Hinterhuber H. H.: Durch strikte Kundennähe Abnehmer begeistern, in: Harvard Business Manager, 1998/1, S. 47 - 56
- 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, 1998, Vol 18, No. 1, pp. 25-38

- Matzler K./Hinterhuber H. H./Handlbauer G.: Fünf „falsche“ Thesen zur Kundenzufriedenheit, in: *Technologie & Management*, 1997/2, S. 4 - 7
- Matzler K./Hinterhuber H. H./Handlbauer G.: Erfolgspotential Kundenzufriedenheit I, in: *WISU*, 1997, Nr. 7, S. 645 - 650
- Matzler K./Hinterhuber H. H./Handlbauer G.: Erfolgspotential Kundenzufriedenheit II, in: *WISU*, 1997, Nr. 7/8, S. 733 - 739
- Matzler K./Hinterhuber H. H./Bailom F./Sauerwein E.: How to delight your customers, in: *Journal of Product and Brand Management*, 1996/2, S. 6 - 17
- Hinterhuber H. H./Matzler K./Bailom F./Sauerwein E.: Un modello semiquantitativo alla valutazione della soddisfazione del cliente, in: *Micro & Macro Marketing*, 1997/1, S. 127 - 143
- Bailom F./Hinterhuber H. H./Matzler K./Sauerwein E.: Das Kano-Modell der Kundenzufriedenheit, in: *Marketing ZFP*, 1996/2, S. 117 - 126, wiederabgedruckt: Bailom, F./ Hinterhuber, H.H./ Matzler, K./Sauerwein, E.: Het Kano-model van klanttevredenheid, in: *Marketing Wise*, (1996), nr. 4, S. 49 - 61
- Hinterhuber H. H./Matzler K.: Reengineering, in: *Wisu*, 1995/2, S. 132 - 139
- Hinterhuber H. H./Lauda K./Matzler K./Schatz D.: Strategische Standortplanung - Eine Fallstudie aus der Bekleidungsindustrie, in: *Journal für Betriebswirtschaft*, 1994/3-4, S. 102 - 113

Beiträge in Sammelwerken:

- 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, S. 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, pp. 107-119
- Hinterhuber A./Matzler K.: Innovative Pricing-Strategien, in: *Management Kompass Preisstrategien*, (Hrsg. Steria Mummert Consulting und FAZ Institut), 2006, Nummer 3, S. 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, S. 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, S. 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, S. 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, S. 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, S. 306-317
- Renzl, Birgit/Hinterhuber, Hans H./Huemer, Eva/Matzler, Kurt (2005): "Wissensbilanzierung - Erfolgscontrolling im universitären Bereich", in: Seicht, Gerhard (Hrsg.), Jahrbuch für Controlling und Rechnungswesen 2005, Wien: LexisNexis ARD Orac Verlag (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, S. 35-64
- Hinterhuber, Hans H./Renzl, Birgit/Matzler, Kurt (2004): "The Leadership Company - Leadership as Core Competency in the Firm of the Future", in: del Val, Teresa (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, S. 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, pp. 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, S. 37-60
- Pechlaner H./Fischer E./Matzler K./Renzl B. (2004): Determinanten des Customer Value in Industrierlebniswelten - 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, S. 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, S. 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, S. 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, S. 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, S. 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, S. 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, S. 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, S. 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, S. 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, S. 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, S. 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, S. 91-100
- Matzler K.: Preiszufriedenheit, in: Diller H./Herrmann A. (Hrsg.): Handbuch Preispolitik, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2003, S.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, S. 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, S. 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, S. 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, S. 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, S. 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, S. 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, Band 4, 2002, S. 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, Band 4, 2002, S. 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, S. 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, S. 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, Weisbaden, 2002, S. 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, S. 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, S. 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, S. 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, S. 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.): Industrierlebniswelten – Vom Standort zur Destination, 2001, S. 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, S. 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, S. 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, S. 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, S. 177-196
- Matzler K./Bailom F.: Messung von Kundenzufriedenheit, in: Hinterhuber H. H./Matzler K. (Hrsg.): Kundenorientierte Unternehmensführung, 2. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden, 2000, S. 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, S. III-XVIII
- 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, S. 177-193
- Hinterhuber H. H./Matzler K.: Leadership, in: Zollondz H.-D. (Hrsg.): Lexikon des Qualitätsmanagements, Oldenbourg Verlag, 2000, S. 477-482
- Hinterhuber H. H./Matzler K.: Strategie, in: Zollondz H.-D. (Hrsg.): Lexikon des Qualitätsmanagements, Oldenbourg Verlag, 2000, S. 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, S. 277-301
- Pechlaner H./Matzler K.: Tourismuswettbewerb jenseits von Branchengrenzen, in: Bieger T./Lesser C. (Hrsg.): Jahrbuch 1999/2000, Schweizerisches Tourismuswirtschaft, St. Gallen, 2000, S. 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, S. 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, S. 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, S. 137-157
- Matzler K.: Die Faktorstruktur der Kundenzufriedenheit, in: Hinterhuber H. H./Matzler K. (Hrsg.): Kundenorientierte Unternehmensführung, Gabler Verlag, Wiesbaden, 1999, S. 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, S. 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, S. 113-128
- Handlbauer G./Hinterhuber H. H./Matzler K.: Kundenorientierung als Kernkompetenz, in: Pappmehl A. (Hg.): Total Customer Care, 1998, S. 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, S. 339-369
- Matzler K.: Controlling in Italien, in: Schulte Chr. (Hg.): Lexikon des Controlling, München/Wien, 1996, S. 388 - 392
- Folgende Stichwörter im Haufe Wirtschaftslexikon, WRS Verlag, Wirtschaft Recht und Steuern, 1998: „Ursache-Wirkungs-Analyse“, „Paretodiagramm“, „Produktlebenszyklus“, „Economies of Scale und Economies of Scope“, „Target Costing“, „European Quality Award“, „Malcolm Baldrige National Quality Award“, "ABC-Analyse", "Break-even-Point", "Conjoint-Analyse", "Kundenzufriedenheit"
- Fallstudien:
- Brioschi A./Matzler K.: TIM: Market complexity, segmentation and marketing innovations in the Italian mobile phone market, SDA Bocconi, 2004 (erhältlich über das European Case Clearing House)

Eingeladene Vorträge an wissenschaftlichen Konferenzen und Key Note Speeches:

- Matzler K./Mooradian T.: The strategic drivers of innovation success, Vortrag bei der Tagung des Center for Innovation Management Centers, Williamsburg, USA, June 4th, 2008
- Matzler K.: Strategy and Business Excellence, Vortrag bei der ESTAL-Conference, Innsbruck, October 6, 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, 16th-17th September, 2004 (KEY NOTE SPEECH)
- 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, October 13-14, 2004
- Matzler K.: Welchen Nutzen haben Gästezufriedenheitsbarometer? Erfahrungen aus Österreich, präsentiert bei der ITB (Internationale Tourismus Börse), Berlin, 17.03.2002
- 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, 8-10 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, November 15th, 1996

Referierte Vorträge bei Konferenzen

- Matzler K./Pichler E./Hemetsberger A.: Passionate Devotees or Knowledgeable Brand Experts – WHO Drives Evangelism?, präsentiert bei: 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, 8.-9. 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, Brighton, July 2-4, 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 – July 1st, 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 – July 1st, 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, February 4-6, 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. S. 229- 238. Proceedings of the 28th podim, 27. – 28. März 2008, Maribor/SLO
- Faullant R./Matzler K./Füller J.: A positioning map of skiing areas using customer satisfaction scores, presentiert 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, June 29th – 30th 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 – June 10-12, 2007
- Matzler K./Füller J.: Brand community members as source of innovation, paper presented at the 4th international product development conference, Port, Portugal – June 10-12, 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, February 22-25, 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, October 29 – November 1, 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, July 5th to 8th, 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, August 11-16, in Atlanta, Georgia, 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, June, 11-13, 2006
- Matzler K., Waiguny M., Toschkov A., Mooradian T. A.: Usability, Emotions and Customer Satisfaction in Online Travel Booking, paper presented at ENTER 2006, January, 18-20, Lausanne, Switzerland, 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, November 4th and 5th, 2005
- Mooradian T./Renzl B./Matzler K.: Propensity to Trust, Faith, and Knowledge Sharing, paper presented at the EIASM Trust Workshop, Amsterdam, October 27-28, 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, October 6-9, 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, June 16-18, 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, June 2-3, Klagenfurt/Austria, 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), May 4-7th 2005, TUM Business School, Munich, Germany, 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, March 9th-10th, Mürrzusschlag/Austria, 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. bis 25.02.2005
- 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 1st – 5th 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, January, 21 – 22, Paris, France, 2005
- Matzler K./Waiguny M.: Consequences of customer confusion in online hotel booking, paper presented at ENTER 2005, January, 26 – 28, Innsbruck, Austria, 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, 16th-17th 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, 17-20th 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, September 7-12, 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, 5-8TH 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, November 20-22, 2002, Innsbruck
- 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, October 18-21, 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, February 18-22, 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.-19.01. 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, January, 23 – 25, Innsbruck, Austria.

- 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, May 9 - 11, 2002, Stockholm, Sweden
- 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, 3. 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. – 28.09.2001
- 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.-12.2001
- Hinterhuber H. H./Stephan A. Friedrich/Kurt Matzler/Heinz K. Stahl/Gerald Leprich: German Research in Strategic Management: Core Issues and Future Directions, presented at the founding Conference of the European Academy of Management, Barcelona, April 19-21, 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, pp. 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, February 21-25, 2000, Vol. 3, pp. 521-533
- Hinterhuber H. H./Matzler K./Friedrich St./Pechlaner H.: Strategic Leadership in Diversified Companies: A European Approach, presented at the 19th Annual International Conference of the Strategic Management Society, Berlin, October 3-6, 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, 4-8 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, 18.9.1997
- 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, February 19-23, 1996, Igls/Austria
- 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, May 2nd-5th, 1996, Innsbruck/Austria