

Zusammenfassung:

Die vorliegende Dissertation untersucht, ob das Engagement von Unternehmen im Bereich Corporate Social Responsibility (CSR) die Entscheidungen und die Performance von Fusionen und Übernahmen (M&A) beeinflusst. Hierzu wurden drei quantitative Studien basierend auf Sekundärdaten von Refinitiv verfasst, die verschiedene Phasen entlang des M&A-Prozesses beleuchten. Die erste Studie zeigt anhand von logistischen Regressionsmodellen, dass das CSR-Engagement den Handlungsspielraum der Erwerber während der M&A-Initiierung erhöht. Darüber hinaus zeigt diese Studie, dass der Einfluss verschiedener Stakeholder auf den Spielraum für M&A nicht gleichmäßig verteilt ist. Um diese Annahme zu überprüfen, wird der Environmental-, Social- und Governance-Score (ESG) in seine drei Dimensionen und zehn untergeordneten Kategorien getrennt. Die zweite Studie befasst sich mit der Auswahl des Zielunternehmens und zeigt, dass das CSR-Engagement des Zielunternehmens dessen Attraktivität bei M&A beeinflusst. Die Ergebnisse werden auf der Grundlage von logistischen Regressionsmodellen in Kombination mit Propensity Score Matching (PSM) abgeleitet. Darüber hinaus zeigt die zweite Studie, dass CSR besonders einflussreich für Unternehmen ist, die in jüngster Zeit kontroverse CSR-Situationen erlebt haben. Letztlich untersucht diese Studie verschiedene Kontexte, indem M&As innerhalb/außerhalb von Branchen und Ländern betrachtet werden. Damit demonstriert diese Studie, dass bestimmte CSR-bezogene Fähigkeiten nur in bestimmten Kontexten attraktiv sind. Während sich die ersten beiden Studien auf M&A-Entscheidungen konzentrieren, befasst sich die dritte Studie mit der Performance von M&As. Auf der Grundlage von OLS-Regressionen zeigt die dritte Studie, dass Unternehmen M&A als strategisches Mittel nutzen können, um ihren ESG-Score nach der Transaktion zu verbessern. Dieser Effekt ist bei seriellen Käufern stärker ausgeprägt. Allerdings ist dieser durch M&A ausgelöste Schub bei der ESG-Wachstumsrate im Laufe der Zeit abnehmend und abhängig von Kontextfaktoren.

Abstract:

The dissertation at hand analyzes whether corporate social responsibility (CSR) engagement influences merger and acquisition (M&A) decisions and performance based on three distinct research studies, which examine different steps of the M&A process. Each study investigates secondary data retrieved from Refinitiv based on different quantitative analysis methods. The first study shows that CSR engagement increases the leeway for acquirers during the M&A initiation by using logistic regression models. Moreover, this study demonstrates that the impact of different stakeholders on the leeway for M&A is not equally distributed. To test this assumption, the environmental, social, governance (ESG) score is decomposed into its three dimensions and ten subordinate categories. The second study covers the target selection and shows that the target's CSR engagement influences its attractiveness in M&As. The results are derived based on logistic regression models in combination with propensity score matching (PSM). Furthermore, the second study demonstrates that CSR is particularly influential for firms which experienced controversy CSR-related situations recently. Lastly, it takes different contexts into consideration by looking at deals within/across industries and countries. Hereby, this study shows evidence that certain CSR-related capabilities are only attractive in certain contexts. While the first two studies focused on different M&A decisions, the third study looks at the performance of M&As. Based on OLS regressions, the third study finds evidence that firms can use M&As as strategic means to improve their post-transaction ESG score. This effect is even stronger for serial acquirers. However, this M&A induced push in the ESG growth rate fades out over time and is subject to context contingencies. While social capabilities have a positive influence regardless of the context (industry/country), the other two dimensions are subject to contingencies.