

Dissertation: Activity in Social Media related to Business Events: The Case of Merger Announcements

Author: Mirko Jan Zülch

Abstract:

Investors use social media in order to access and exchange information regarding recent events in the business and financial domain. Social media support investors to reduce uncertainty about the implications and the evaluation of such business events. Companies benefit from these event-related activities in social media, for instance with regard to business intelligence purposes. Therefore, it is important for companies to understand why some business events attract more activity in social media than others as well as when investors make use of different types of social media to exchange information related to business events. This cumulative dissertation investigates how the announcement of business events affects the activity in social media and the choice of social media type. This is investigated in the context of merger announcements representing a major business event with uncertainties on many levels. Two categories of influencing factors are considered to explain event-related activity in social media: event-specific factors (i.e. event characteristics) and firm-specific factors (i.e. firm characteristics). The research presented in this dissertation provides evidence that both event characteristics related to information needs of investors as well as firm characteristics related to the visibility of the involved firms explain the event-related activity in social media and the choice of social media type.

Dissertation: Aktivitäten in Sozialen Medien in Bezug auf Unternehmensereignisse: Das Fallbeispiel angekündigter Unternehmensfusionen

Autor: Mirko Jan Zülch

Zusammenfassung:

Im Kontext aktueller Wirtschafts- und Finanzereignisse nutzen Investoren Soziale Medien, um Zugang zu Informationen zu erhalten und auszutauschen. Soziale Medien werden von Investoren verwendet, um Unsicherheiten in Bezug auf die Implikationen und die Bewertung solcher veröffentlichter Ereignisse zu reduzieren. Unternehmen können von diesen ereignisbezogenen Aktivitäten in Sozialen Medien profitieren, z.B. im Sinne der Business Intelligence. Daher ist es für Unternehmen wichtig zu verstehen, warum manche Unternehmensereignisse mehr Aktivitäten in Sozialen Medien nach sich ziehen als andere und wann sich die Nutzer Sozialer Medien bestimmter Medientypen bedienen. Diese kumulative Dissertation untersucht, wie die Ankündigung von Unternehmensereignissen die Aktivitäten in Sozialen Medien und die Auswahl Sozialer Medien beeinflussen. Dies wird im Kontext angekündigter Unternehmensfusionen, als ein bedeutendes Unternehmensereignis das vielschichtige Unsicherheiten birgt, untersucht. Hierzu werden zwei Kategorien von Einflussfaktoren beleuchtet, um ereignisbezogene Aktivitäten in Sozialen Medien zu erklären: ereignisspezifische Faktoren und unternehmensspezifische Faktoren. Die in dieser Dissertation vorgestellten Forschungsergebnisse liefern Belege dafür, dass sowohl ereignisspezifische Faktoren, die im Zusammenhang mit dem Informationsbedarf von Investoren stehen, als auch unternehmensspezifische Faktoren, die sich auf die Sichtbarkeit der involvierten Unternehmen beziehen, die Aktivitäten in Sozialen Medien sowie die Auswahl Sozialer Medien erklären.