

einer großen Übereinstimmung in Bezug auf das bereits bestehende Kundenportfolio der Ströer Gruppe.

“Wir fokussieren uns ganz klar auf unser strategisches Ziel, das kundenzentrierteste Medienunternehmen mit einem vertikal integrierten Portfolio an Branding-, Performance- und Dialogprodukten zu sein. Mit der Erweiterung um den Bereich Dialogmarketing können wir mit unseren Kunden über gesamthafte Lösungen auf Performance-Basis sprechen – von orts- oder contentbasierter Reichweite und Interaktion über das gesamte Spektrum des Dialogmarketings bis hin zur Transaktion“, sagt Christian Schmalzl, Co-CEO von Ströer.

„Die Akquisitionen von DV-COM und D+S 360 sind echte Landmark-Transaktionen für unsere junge Dialogmediensparte. Wir schaffen mit unserer starken und skalierbaren Dialogmedienplattform einen signifikanten Mehrwert für unsere Kunden und damit die Voraussetzung für weiteres profitables und nachhaltiges Wachstum unseres Unternehmens“, sagt Udo Udo Müller, Gründer und Co-CEO von Ströer.

Der Vollzug der Transaktionen steht unter dem Vorbehalt der Zustimmungen des Bundeskartellamts sowie weiterer üblicher Vollzugsbedingungen. Der Abschluss der Transaktionen (Closing) wird für das 1. Quartal 2018 erwartet.