

Intel startet neue Anzeigenkampagne in Wirtschaftsmedien für Server-Prozessoren

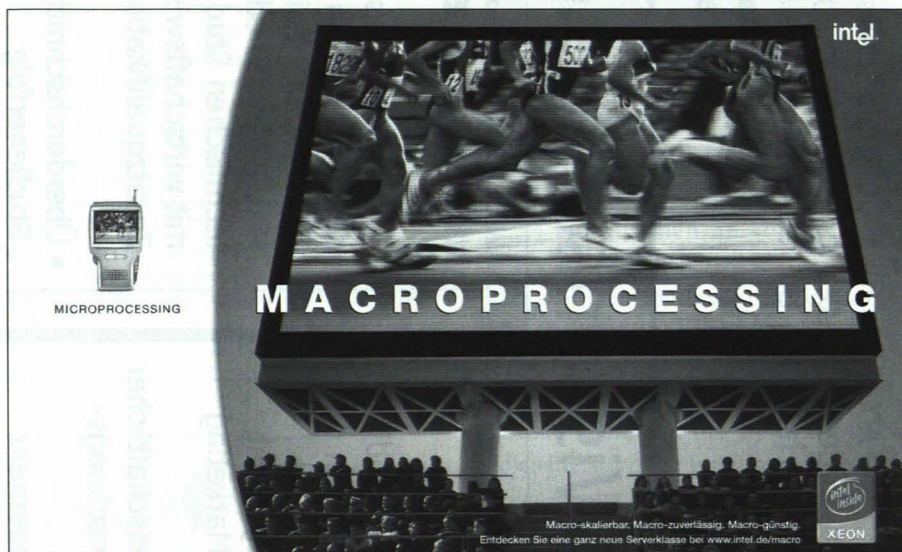
Feldkirchen, den 3. September 2001 – Intel startet heute in Deutschland seine neue Anzeigen-Kampagne unter dem Titel „Macroprocessing“. Die Kampagne soll zeigen, welche Bedeutung die Wahl des Mikroprozessors in Server-Systemen für den Erfolg eines Unternehmens hat. Neun Wochen lang werden in Wirtschaftspublikationen und Entscheider-Titeln der IT-Branche die Anzeigen zu finden sein, ebenso in den größten deutschen Flughäfen.

Der Begriff „Macroprocessing“ ist eine Ableitung von Mikroprozessor und soll deutlich machen, welche Bedeutung dieses Bauteil für den Erfolg eines gesamten Unternehmens haben kann. Die Kampagne unterstreicht, dass die Wahl von Intel-Prozessoren eine strategische Entscheidung ist, von der ein Unternehmen langfristig profitieren kann.

Für Intel ist diese Kampagne von großer Bedeutung, bringt das Unternehmen dieses Jahr doch eine Rekordzahl an Produkten für Server auf den Markt. Produkte wie der Intel-Itanium-Prozessor erweitern das Portfolio auf alle Server-Marktsegmente.

Mehrere Millionen Dollar investiert Intel weltweit in die Kampagnen, die Europa schwerpunktmäßig heute in Deutschland startet. Sie umfasst Print-, Außen- und Online-Anzeigen, die bereits in den USA, Asien und Lateinamerika zu sehen sind. Kreiert wurde die Kampagne von Messner Vetere Berger McNamee Schmetterer/EURO RSGG, New York.

Intel ist der größte Halbleiterhersteller der Welt und zählt zu den international führenden Unternehmen mit Produkten für Informationstechnologie, Netzwerke und Kommunikation.



Weitere Informationen:

Klaus Obermaier
 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
 Intel GmbH
 Telefon: +49-(0)89-99143-759
 Telefax: +49-(0)89-99143-429
 e-mail: klaus.obermaier@intel.com

Sie finden die Presseinformation unter
www.intel.com/deutsch/pr.

intel®