

# Munken CUBE

Der Munken Cube ist Skulptur, Arbeitsinstrument und Inspirationsquelle in einem. Die Form ist minimalistisch, gleichzeitig flexibel und besteht aus einem Block von Munken-Papier und einem Sockel aus massiver Eiche. Die Idee zum Munken Cube stammt von der Hamburger Branding- und Designagentur Juno, die für ihren Kunden Arctic Paper die Kooperation mit der Premiummöbelmarke e15 ins Leben gerufen hat.

Die Möbeldesignmarke e15 und der Papierhersteller Arctic Paper haben dieses faszinierend wandelbare Designobjekt entwickelt. Das Ergebnis ist ein vielseitig verformbares Möbel, Skulptur und Arbeitsinstrument. Der Cube lässt sich als reine Form aus Holz und Papier genießen, als Tisch verwenden und seine besten Einfälle sofort darauf notieren. Oder man nutzt die Möglichkeiten des Designs und verformt den Munken Cube per Hand individuell nach Stimmung und Eingebung: zur Welle, zur Düne, zur Helix ... Möglich wird das durch seine besondere Machart aus Holz und Naturpapier. Aus einem massiven 6 cm starken Eichensockel von e15 »wachsen« 2.200 Blatt hochwertiges Munken-Papier zu dem 43 cm hohen Block, der einseitig verleimt und deshalb leicht verdreh- und verschiebbar ist. Durch die einseitige Verleimung des Papiers behält der Cube seine Form und jedes Blatt kann einzeln vom Block getrennt werden.

Höhe: 50 cm Länge, Breite: 33 cm x 33 cm  
Papier: Munken Pure Rough, 120 g/m<sup>2</sup> (2.200 Blatt)  
Sockel: Europäische Eiche, lackiert  
Gewicht: 45 kg.

Seit 1. November ist der Munken Cube im Möbelhandel  
und direkt bei e15 erhältlich.

[www.munkencube.com](http://www.munkencube.com)  
[www.e15.com](http://www.e15.com)  
[www.juno-hamburg.com](http://www.juno-hamburg.com)



# Best Print

# in

# 2010



Längst hat der 2004 erstmals ausgeschriebene **Druckmarkt-Award** gezeigt, dass Unternehmen der grafischen Industrie, Agenturen, Verlage, Drucker und Buchbinder nicht die sprichwörtlichen »Schuster mit den schiefen Absätzen« sind. Viele machen mit ihren Präsentationen »Appetit auf Drucksachen«, zeigen mit außergewöhnlichen und ideenreichen Eigendarstellungen, wie schön bedrucktes und veredeltes Papier sein kann. Sie animieren Kunden dazu, Druck als wertvoll anzusehen. Die zurückliegenden sechs Wettbewerbe konnten dies eindrucksvoll belegen. Natürlich möchten wir auch für 2010 wissen, wie es mit den Drucksachen steht.

**Druckmarkt Schweiz**  
**ASW Allianz Schweizer Werbeagenturen**  
**«gib» Zürich Kaderschule**

rufen gemeinsam zu dem Wettbewerb auf und werden die positiven Ergebnisse der Fachwelt präsentieren.

Teilnahmeberechtigt sind alle Schweizer Verlage, Vorstufen-, Druck- und Buchbindereibetriebe oder Agenturen, ganz gleich welcher Größe, Struktur, Eignerschaft, Unternehmensform oder technischen Ausstattung. Eingereicht werden kann alles, was gedruckt ist. Es muss in den Jahren 2009 oder 2010 aktiv als Eigendarstellung, für Marketing, Werbung oder als Verkaufsunterstützung verwendet worden sein. Zugelassen sind nur Drucksachen über sich selbst und die eigenen Leistungen. Form, Umfang, Größe etc. spielen keine Rolle. Nicht zugelassen sind Druckmuster, die keinen direkten eigenwerblichen Charakter haben.

Eine unabhängige Jury bewertet die eingereichten Arbeiten nach folgenden Kriterien:

- Idee und Originalität,
- Aufmachung und Anmutung,
- Design und Typografie
- Druck- und Verarbeitungsqualität
- Text und Bildsprache

Die prämierten Arbeiten sowie die Preisträger werden 2011 im Management-Magazin »Druckmarkt Schweiz« vorgestellt.

Einsendeschluss ist der **31. Januar 2011**, die Bekanntgabe der Preisträger findet im Frühjahr 2011 statt.

Bitte nutzen Sie für Ihre Einsendung den Begleitzettel, den Sie auf der Internetseite des Druckmarkt Schweiz finden.

[www.druckmarkt-schweiz.ch](http://www.druckmarkt-schweiz.ch)