

EDITORIAL  
DESIGN

PRINT

ILLUSTRATIONEN

CORPORATE  
PUBLISHING

CORPORATE  
DESIGN

INFOGRAFIK

Maiko Dunkhase  
info@mm-motion.de  
+49 160-843 81 43



„Was machen Sie denn so beruflich?“

„Ich bin Kommunikations-Designerin.“

„Äähm ... Aha.“

**Mein Grundsatz** in Sachen Design ist ganz klassisch: „Form Follows Function“. Natürlich sind unterschiedliche Stilmittel und kreative Formensprachen wichtig. Sinn machen sie für mich vor allem dann, wenn sie die inhaltliche Aussage eines Projekts stützen, im besten Sinne versinnbildlichen.

**Die Kernfrage** lautet daher meistens: Was soll ausgedrückt werden, was ist/sind die Funktion/en? Das zu klären, kann unter Umständen eine sehr komplexe Aufgabe sein.

**Als Kommunikations-Designerin** sehe ich eine meiner Haupt-„Funktionen“ darin, zu recherchieren, zu sortieren, zu gewichten und zusammen mit dem Kunden ein ihm entsprechendes Konzept und dazu passendes Design zu entwickeln.

**Maike Dunkhase,**  
geborene Müller  
Diplom-Kommunikations-Designerin  
geb. am 21. Mai 1964 in Hamburg,  
verheiratet



Fischmarkt 7  
22767 Hamburg  
info@mm-motion.de  
+49 160-843 81 43



## Kunden (Auszug)

- **Funke Medien GmbH**  
Bild der Frau
- **Axel Springer**  
AUTO BILD/BIKE BILD/AUTO BILD Klassik/  
Frau von Heute/FunkUhr/TV neu
- **G+J Wirtschaftsmedien**  
Capital/Impulse/Börse Online
- Haspa
- Kulturschulen Hamburg
- Google
- biz-Verlag: Mein schönes Zuhause<sup>3</sup>
- freischreiber e.v.
- Farbtoner GmbH
- Tempus Corporate GmbH (Zeit-Advertorial)
- Otto
- SAE Institut
- Panasonic
- Filmportal /DIF
- Hochschule für bildende Künste
- Design Passivhaus

## Schwerpunkte: Print, Illustrationen, Infografik

### Über mich

Ich bin Mitglied in einem sehr exklusivem Club: Dem Verein der geburtenstarken Jahrgänge.  
Innerhalb dieses Vereins gibt es natürlich noch die Spitzenposition 1964:  
Der Sieger der geburtenstarken Jahrgänge, zu dem ich ebenfalls gehöre.

Geprägt haben mich:

Brockdorf-Demos, Springer-Blockaden, Schulterpolster, Punk, Ilja Richter und die Discokugel,  
Die Grünen – frei nach „Atomkraft? Nein danke“,  
also kurzum das Bedürfnis nach einer besseren, sozialen Welt.

Einiges davon ist heute (wieder) aktuell, vieles lockt entweder Nostalgie oder ein Lächeln hervor.

Mein Blick auf die Welt färbt natürlich auch auf meine Art, meine Geschäfte zu führen ab.

Zu versuchen, stets die sinnvollste Lösung zu finden, den anstehenden Herausforderungen gerecht zu werden,  
Ideen und kreative Formensprachen zu entwickeln –  
ohne dabei den Kunden, sein Selbstverständnis und seine Bedürfnisse aus den Augen zu verlieren.

Besondere Freude macht es mir, mich zwischen diesen Aufgaben zu bewegen, um mit Ihnen ein  
maßgeschneidertes, kreatives und handwerklich gutes Ergebnis zu erarbeiten.

Habe ich Ihr Interesse geweckt?

Auf den folgenden Seiten finden Sie einige Beispiele meiner Arbeit, viel Spaß beim Stöbern!

*Maike Dunkhase*



# Haspa „Journal Heilberufe“

**Kunde** Hamburger Sparkasse  
**Produktionszeitraum** November 2017 + 2018  
**Tätigkeiten** ■ Bildauswahl  
 ■ Layout ■ Bildretusche  
**Format Einzelseite** 195 x 275 mm, 12 Seiten  
**Verwendete Tools** ■ Indesign  
 ■ Photoshop

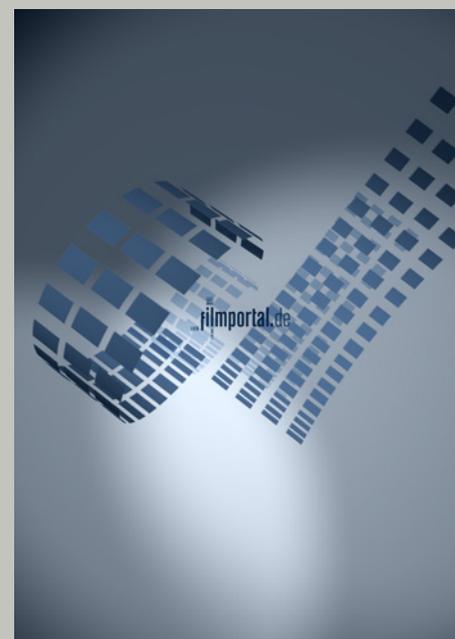


**Wenn Unternehmen shoppen gehen**  
 Wie man über Suchmaschinen erfolgreich Geschäftskunden anspricht, zeigt das Beispiel der K&R Lager und Service GmbH.

**Wie sich Einkaufsentscheider informieren und wie sie bestellen**

Informationsquellen	Bestell-Kanäle
Suchmaschinen	Webshop
Portale	Telefon
Handelsreisende	Handwritten orders
Verkaufsförderer	Direct orders
Branchenpublikation	Direct orders
Branchenmagazine	Direct orders
Branchenzeitschriften	Direct orders
Branchenportale	Direct orders
Branchenmessen	Direct orders
Branchenveranstaltungen	Direct orders
Branchenkonferenzen	Direct orders
Branchenworkshops	Direct orders
Branchenwebinare	Direct orders
Branchenpodcasts	Direct orders
Branchenblogs	Direct orders
Branchennewsletters	Direct orders
Branchenmagazine	Direct orders
Branchenzeitschriften	Direct orders
Branchenportale	Direct orders
Branchenmessen	Direct orders
Branchenveranstaltungen	Direct orders
Branchenkonferenzen	Direct orders
Branchenworkshops	Direct orders
Branchenwebinare	Direct orders
Branchenpodcasts	Direct orders
Branchenblogs	Direct orders
Branchennewsletters	Direct orders

**Impulse-Dossier „Suchmaschinen-marketing“**  
**Kunde** Wirtschaftsmagazin Impulse, B2B mit Google  
**Produktionszeitraum** Februar 2008  
**Tätigkeiten** ■ Erstellung von grafischem und inhaltlichem Konzept  
 ■ Layout ■ Erstellen von Grafiken und Diagrammen  
**Format Einzelseite** 185 x 255 mm, 24 Seiten  
**Verwendete Tools** ■ Indesign (Layout) ■ 3dsmax (Diagramme, s.r.)



**DIF „www.filmportal.de“**  
**Kunde** Deutsches Filminstitut DIF  
**Produktionszeitraum** Februar 2011  
**Tätigkeiten** ■ Erstellung eines Trailers für die Veranstaltung zum Launch der Website „www.filmportal.de“  
 ■ Erstellung eines Plakats  
**Format** 2048 x 1536 px, ca. 20 Sekunden Länge  
**Verwendete Tools** ■ 3dsmax ■ Photoshop ■ Indesign

# Europa unter Strom

WER DIE VERKEHRSWENDE WILL, KOMMT UMS E-BIKE NICHT HERUM. VORREITER SIND DIE NIEDERLANDE. DIE NACHBARNÄNDER ZIEHEN NACH UND FÖRDERN DEN KAUF VON ELEKTROFÄHIGEN

Der E-Bike-Markt boomt. Immer mehr Menschen entdecken, dass Radfahren mit elektrischer Unterstützung Spaß macht, selbst auf längeren Strecken. Die Elektrozweiger sind besonders die Jugendlicher interessant. Europäische Studien zeigen: Wenn Ausfahrdistanz die Chance bekommen, E-Bikes im Alltag zu nutzen, steigt mindestens jeder Zweite von ihnen um. Viele Städte und Länder Europas übernehmen, so einen Teil ihrer Stauprobleme lösen zu können – und beschleunigen den Kauf der neuen Räder. In Deutschland hat im Herbst 2016 sogar der Bundesrat Anträge über den Kauf von E-Bikes genehmigt. Die Bundesregierung lehnt das bisher jedoch kategorisch ab.



## Der E-Bike-Markt boomt

Verkaufschlager: In vergangenen Jahre wurden europaweit 70 Prozent mehr Elektrofahrräder verkauft als drei Jahre zuvor. Deutschlandweit sind die Verkäufe in diesem Zeitraum um 50 Prozent gestiegen.



Zur Kasse bitte: Das gab die Deutschen 2016 für ein E-Bike aus. Die Qualität und Beratung von den Händlern von E-Bikes wichtig, 70 Prozent kaufen ein E-Bike nach ausführlicher Beratung im Fachhandel. Beide Discounter oder online kaufen die übrigen 30 Prozent.

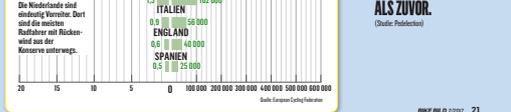
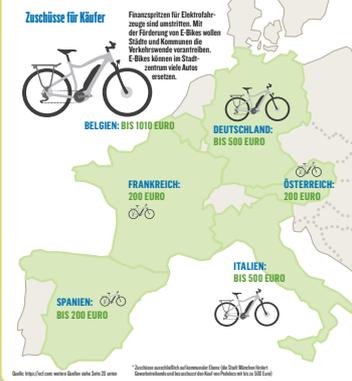


Durchschnittlicher Verkaufspreis eines E-Bikes in Deutschland



Technischer: Der Preis spiegelt die Entwicklung vom Rad mit angeschlossenem Motor bis zur neuen Fahrzeuggestaltung wider.

\* Die Stückzahl der verkauften E-Bikes in Europa.



**WER EIN E-BIKE HAT, ERLEBET MEHR WEGE MIT DEM FAHRRAD ALS ZUVOR.** (Quelle: Protectores)

**BIKE BILD „E-Bikes in Europa“**  
 Kunde Axel Springer Auto Verlag GmbH  
 Produktionszeitraum Mai 2017  
 Tätigkeiten ■ Erstellung der Illustrationen und Infografiken ■ Layout  
 Format Einzelseite 210 x 280 mm, 2 Seiten  
 Verwendete Tools ■ Illustration ■ Indesign

## Erstellen von Grafiken und Diagrammen für das Impulse-Dossier „Suchmaschinenmarketing“, siehe linke Seite

**ALFREGER**  
**Lieferzeiten**  
**Skoda lässt auf sich warten**

Sie bis in 10 Monate Wartung auf den Superb... Octavia RS und Scout ausserkraft

**W**er den Skoda Superb kauft, muss sich auf eine lange Wartezeit einstellen. In den ersten fünf Monaten nach der Einführung des Modells wurden nur 1000 Exemplare ausgeliefert. Die Gründe dafür sind vielfältig. Ein Hauptgrund ist die schlechte Kommunikation zwischen Skoda und den Händlern. Ein weiterer Grund ist die schlechte Planung der Produktion. Skoda hat sich für eine zu geringen Produktionsmenge entschieden, was zu erheblichen Verzögerungen bei den Kunden führt.

**W**er den Skoda Superb kauft, muss sich auf eine lange Wartezeit einstellen. In den ersten fünf Monaten nach der Einführung des Modells wurden nur 1000 Exemplare ausgeliefert. Die Gründe dafür sind vielfältig. Ein Hauptgrund ist die schlechte Kommunikation zwischen Skoda und den Händlern. Ein weiterer Grund ist die schlechte Planung der Produktion. Skoda hat sich für eine zu geringen Produktionsmenge entschieden, was zu erheblichen Verzögerungen bei den Kunden führt.

## AUTO BILD „Aufreger“

Kunde Axel Springer Auto Verlag GmbH  
 Produktionszeitraum Oktober 2016  
 Tätigkeiten ■ Bildidee und Compositing ■ Layout  
 Format Einzelseite 225 x 290 mm, 1 Seite  
 Verwendete Tools ■ Photoshop ■ Indesign

## Online-Werbung

Brutto-Umsatz in Mio. Euro nach Segmenten

Jahr	Suchmaschinen-Marketing	Affiliate-Marketing	Klassische Online-Werbung
2004	110	385	555
2005	105	335	535
2006	155	850	1.009
2007	210	1.148	1.375

Prognose 2007

Quelle rechts: Werbeformen im Internet

## Kleine Trostpflaster

ARTEN & INVESTMENTS IPO-CHECK

Die IPO-Börse in Berlin, wird sich Mitte August öffnen. Nach unserer Analyse dreht sich Monat nach dem Börsengang um mehr als 100 Prozent.

**W**er die IPO-Börse in Berlin besucht, wird sich Mitte August öffnen. Nach unserer Analyse dreht sich Monat nach dem Börsengang um mehr als 100 Prozent. Die Börse wird eine wichtige Rolle spielen, um die Finanzierung von Unternehmen zu erleichtern. Die IPO-Börse wird eine wichtige Rolle spielen, um die Finanzierung von Unternehmen zu erleichtern.

**W**er die IPO-Börse in Berlin besucht, wird sich Mitte August öffnen. Nach unserer Analyse dreht sich Monat nach dem Börsengang um mehr als 100 Prozent. Die Börse wird eine wichtige Rolle spielen, um die Finanzierung von Unternehmen zu erleichtern. Die IPO-Börse wird eine wichtige Rolle spielen, um die Finanzierung von Unternehmen zu erleichtern.

## Börse Online „Ipo Flops“

Kunde G+J Wirtschaftsmedien  
 Produktionszeitraum Juni 2012  
 Tätigkeiten ■ Bildidee und Illustration ■ Layout  
 Format Einzelseite 212 x 275 mm, 2 Seiten  
 Verwendete Tools ■ Indesign ■ Illustration

**KELLERBAU**

MEHR ALS NUR DAS FUNDAMENT DES HAUSES

## LICHTBLICK KELLER

Vorbei sind die Zeiten feuchter und düsterer Untertage Räume. Ein Keller kann wertvoller Raum zur Vergrößerung der Wohn- oder Arbeitsfläche sein – eine Wellnessoase genau so wie Einliegerwohnung. Hier finden Sie gute Gründe für eine Untertage. Noch mehr Ideen: [www.zuhause3.de/keller](http://www.zuhause3.de/keller)

100 mein schönes zuhause® Mai 2013

\*\*\* Imposant wird hier von der Firma Borken ein "Lichtes Obergeschoss" als Dachgeschoss Keller präsentiert. Es ist das erste im BASt-Kategorie 100 (Bauweise im Saalbau (Bauweise-Wartung))

\*\*\* Wellness im Sonderfall: Die Wellness-Oase eines Platzsparsassens ist nicht das ideale Ambiente für ein Haus. Schöne Saunen, Whirlpools, Fitness, und zur Entspannung nach dem Krafttraining ein Saunabereich. Ein Drink an der Bar - Kaffee!

# mein schönes zuhause<sup>3</sup> „Wohnmagazin“

**Kunde** biz Verlag GmbH  
**Produktionszeitraum** Mai 2013  
**Tätigkeiten** ■ Layout ■ Bildretusche  
**Format Einzelseite**  
 210 x 297 mm, 148 Seiten  
**Verwendete Tools** ■ Indesign  
 ■ Photoshop

**SCHÖNE HEUZER**

REKONSTRUKTION DER FERTIG-BAUWERKE ALS INNOVATIVE STRATEGIE

## HIER WÖHNT DIE ZUKUNFT

Wie haben sich verändert und integriert sich können auch in den Hochwertigen und modernen Wohnbau einbezogen werden. Hier zeigen wir Ihnen die neuesten Entwicklungen im Bereich der Innenausbau- und Inneneinrichtung. Die in Planung oder im Prozess der Zubereitung der Baupläne sind die besten Möglichkeiten für die Planung eines Hauses. Ein Haus, das die Bedürfnisse der Zukunft erfüllt. Ein Haus, das die Bedürfnisse der Zukunft erfüllt. Ein Haus, das die Bedürfnisse der Zukunft erfüllt.

**KÖCHENTECHNIK**

## DAS PASST!

Hier sind die neuesten Entwicklungen im Bereich der Innenausbau- und Inneneinrichtung. Die in Planung oder im Prozess der Zubereitung der Baupläne sind die besten Möglichkeiten für die Planung eines Hauses. Ein Haus, das die Bedürfnisse der Zukunft erfüllt. Ein Haus, das die Bedürfnisse der Zukunft erfüllt. Ein Haus, das die Bedürfnisse der Zukunft erfüllt.



**Wie sich die Deutschen digital informieren.**

**Neuwagenkäuferstudie 2015**

# Google Automotive „Neuwagenkäuferstudie“

**Kunde** Google Deutschland GmbH  
**Produktionszeitraum** jährliches Heft zwischen 2010-2015  
**Tätigkeiten** ■ Erstellung von grafischem und inhaltlichem Konzept  
 ■ Layout ■ Erstellen von Grafiken, Diagrammen  
**Format Einzelseite** 220 x 220 mm, 40 Seiten  
**Verwendete Tools** ■ Indesign ■ Illustrator

## Jeder zweite Neuwagenkäufer nutzt das Smartphone innerhalb des automobilen Kaufprozesses

Neuwagenkäufer nutzen heute eine Vielzahl von Geräten für die automobilen Recherche: 77 Prozent Computer (Desktop/Laptop), 45 Prozent Smartphones, 23 Prozent Tablets. In der Regel verwenden sie mehrere Geräte, etwa ein Smartphone und einen Computer.

Nutzer von Smartphones sind dabei überdurchschnittlich aktiv. Sie konsultieren mehr digitale Informationsquellen (1,8 gegenüber 1,4 bei Nicht-Nutzer) und verbringen bereits 20 Prozent ihrer Online-Recherchezeit mit dem Smartphone. Ein Multi-Device-Ansatz und eine Optimierung der digitalen Kommunikation für die mobile Nutzung sind heute unverzichtbarer Bestandteil jeder Online-Marketingstrategie.

**Nutzung digitaler Geräte für die Autorecherche\***

Computer	77%
Smartphone	45%
Tablet	23%

**Auf Smartphones entfallende Recherchezeit\*\***

Bis zu 50% Recherchezeit	70%
51 bis 100% Recherchezeit	20%
über 100% Recherchezeit	10%

**45% nutzen ihr Smartphone für die automobilen Recherche**

\* Basiert auf Quellen: die digitalen Quellen  
 \*\* Basiert auf Quellen: die digitalen Quellen  
 \*\* Basiert auf Quellen: die digitalen Quellen

## Implikationen für Ihre Marketingstrategie

**Frühzeitige Identifizierung potenzieller Neukunden in den relevanten digitalen Umfeldern**

**Bereitstellung sämtlicher für die Nutzer wichtigen Informationen über alle Kanäle hinweg**

**Integration aller digitalen Kundenkontaktpunkte in die Planung**

**Planung der Marketingstrategie fortlaufend über den gesamten Kaufentscheidungsprozess hinweg**

**Katharin** Jakob  
Journalistin  
Lektorin

Hainholzweg 88  
21077 Hamburg  
Tel. 0049-(0)40-41 09 52 02  
Mobil 0049-(0)175-202 96 13  
E-Mail: ka.jakob@web.de



## Freiberufler und Mittel- ständler „Logo- entwicklung und CI“

**Kunden** Journalisten,  
Musiker, Projektent-  
wicklung Passivhäuser

**Produktions-  
zeitraum** zwischen  
2010-2018

### Tätigkeiten

- Logoentwicklung
- CI-Konzept
- Erstellung verschiede-  
ner Printprodukte für die  
Geschäftsausstattung

### Format

### Visitenkarten

Standard: 90 x 50 und  
85 x 55 mm

Mini: 70 x 28 mm

### Verwendete Tools

- Indesign ■ Illustrator
- 3dsmax

**RUTH HOFFMANN**  
Journalistin | Autorin

+49 178 / 348 1722  
kontakt@ruth-hoffmann.de  
www.ruth-hoffmann.de

**DESIGN PASSIVHAUS**  
ENGINEERING FOR HOME



**w.g. oelkers**  
projektentwicklung

sandmoorweg 18  
22559 hamburg  
fon 0049 40-87 93 20 30  
mail@design-passivhaus.de  
www.design-passivhaus.de

**DESIGN PASSIVHAUS**  
ENGINEERING FOR HOME

## Design Passivhaus „Info-Booklet“

**Kunde** Design Passivhaus  
**Produktionszeitraum**  
Dezember 2012

### Tätigkeiten

- Bildauswahl
- Layout

### Format Einzelseite

121 x 76 mm, 24 Seiten

### Verwendete Tools

- Indesign



### LICHT UND WÄRME

Grundlage jedes Passiv-  
hauses ist eine extrem gute  
Wärmedämmung.  
Eine Schlüsselstelle sind die  
Türen und Fenster.



RAUMKLIMA ZUM WOHLFÜHLEN: FRISCH-  
LUFT MIT KONSTANTER TEMPERATUR



Passivhäuser sind luftdicht. Für frische  
Luft in konstanter  
Temperatur und  
angenehmer Luft-  
feuchtigkeit sorgt ein  
Lüftungssystem,  
das die Luft alle zwei  
bis vier Stunden  
komplett austauscht.  
Da wird jeder Atem-  
zug zu einem Stück  
Wellness.

# UND WAS IST IHR NÄCHSTES VORHABEN?



Ich freue mich über Ihre  
Anfrage unter:  
[info@mm-motion.de](mailto:info@mm-motion.de)  
Maïke Dunkhase  
Fischmarkt 7  
22767 Hamburg  
Mobil +49 160-843 81 43

