



BEGLEITUNG FÜR
DEINEN HERZENSWEG

DIE WIRKUNG VON FARBEN

WAS IST FARBPSYCHOLOGIE?

Nach welchen Kriterien hast Du bis dato Deine Farben ausgewählt? Nach Deinen Lieblingsfarben? Oder tatsächlich hinsichtlich der Bedeutung der Farben? Der Farbpsychologie zufolge assoziieren wir bestimmte Eigenschaften und Emotionen mit einer bestimmten Farbe. Welche das sind und inwieweit die Auswahl den Erfolg Deines nächsten Werbeprojekts beeinflussen kann, zeige ich Dir gerne!

Farben sind längst nicht mehr nur ein Gestaltungsmittel, um Werbebotschaften und Produkte schön in Szene zu setzen. Das bestätigt auch eine neue Studie, die besagt, dass Farben den Wiedererkennungswert einer Marke um bis zu 80 Prozent steigert. Farblich gestaltete Werbung wird 42 Prozent häufiger gelesen als Schwarz-Weiß-Werbung und in 85 Prozent der Fälle entscheidet der Farbton über den Kauf oder Nicht-Kauf eines Produkts. Die Zusammenhänge verdeutlichen, dass sich Farben unmittelbar auf den Erfolg eines Werbeprojekts auswirken können, da jede einzelne von ihnen unser Verhalten beeinflusst.

In der Farbpsychologie geht es darum, mit bestimmten Farben gewisse Emotionen hervorzurufen und auch um Erwartungen von Kunden an Produkte und Marken zu erfüllen. Verschiedene Farben lösen unterschiedliche Gefühle aus. Daher muss darauf geachtet werden, dass die Auswahl der Farbe des Unternehmensauftritts die Kernbotschaft widerspiegelt und auch die Zielgruppe optimal anspricht. Gelingt das, können bei der Zielgruppe positive Gefühle geweckt werden, die zum Unternehmenserfolg beitragen.

Laut Fachliteratur und Meinung der Farbpsychologen beruht unser Farbempfinden auf Erfahrungen und Denkstrukturen und ist von Instinkten geprägt. Demnach tragen wir alle seit Generationen sogenannte „Archetyphen“ in uns, also im kollektiven Unterbewusstsein angesiedelte Urbilder menschlicher Vorstellungsmuster, die unbewusst unser Verhalten und Bewusstsein beeinflussen. Sie entscheiden mit, was wir denken und wie wir Gedachtes empfinden.

Bei der Farbauswahl für Designs ist es nicht nur interessant über Corporate-Design-Vorgaben und Farbharmonien nachzudenken, sondern auch darüber, welche Eigenschaften vermittelt werden möchten. Wofür steht Deine Marke, Dein Unternehmen, Deine Produkte oder Dienstleistungen? Wie möchtest Du wahrgenommen werden? Damit die Wahl der geeigneten Farbe leichter fällt, habe ich eine Farbsymbolik-Liste erstellt, in der jede Farbe ihrer psychologischen Wirkung zugeordnet ist.



Die psychologische Bedeutung von Farben ist ein Aspekt, der den Erfolg Deines nächsten Werbeprojekts beeinflussen kann. Natürlich spielen bei der Gestaltung auch andere Faktoren, wie z.B. das Gesamtdesign, die Zielgruppe oder die gewählten Werbemittel eine entscheidende Rolle.



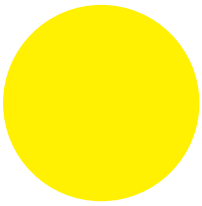
WWW.KADAI.AT



BEGLEITUNG FÜR
DEINEN HERZENSWEG

DIE WIRKUNG VON FARBEN

DIE BEDEUTUNG DER FARBEN

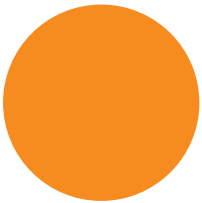


GELB

Gelb nehmen wir optisch als hell, leuchtend und entspannt wahr. Es steht für Heiterkeit, Wärme und Optimismus aber auch für Neid, Egoismus und Geiz.

Zusätzliche Info:

erzeugt Aufmerksamkeit, vermittelt Sorglosigkeit, Webseiten für Kinder, Kleiderläden



ORANGE

Orange wirkt optisch warm, hell und nah. Psychologisch verbinden wir mit dem Farbton Vertrauen, Lebenslust und Vitalität aber auch Oberflächlichkeit und Mut.

Zusätzliche Info:

wird oft mit Plastik assoziiert, erzeugt Aufmerksamkeit, für junge und kreative Zielgruppen geeignet



ROT

Rot ist optisch sehr nah, aktiv, warnend und prägnant. Es steht für Macht, Liebe, Leidenschaft und Feuer aber auch für Gefahr, Wut, Zerstörung und Zorn.

Übrigens: In China steht Rot für Glück.

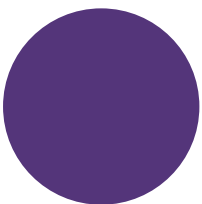
Zusätzliche Info: betont die Schnelligkeit bei Schlussverkäufen, Webseiten für Nachrichtenagenturen, Sportvereine



MAGENTA

Magenta wirkt optisch vereinigend. Psychologisch verbinden wir mit ihm Weiblichkeit, Magie, Würde und Pracht aber auch Arroganz, Egozentrik, Herrschaft und Intriganz.

Zusätzliche Info: bei Kleidung wirkt magenta aktivierend wie rot, Webseiten für Telekommunikation



VIOLETT

Violett erscheint optisch eher düster und kühl. Es steht für Leidenschaft, Mystik aber auch für Eitelkeit, Frust und Unruhe.

Zusätzliche Info:

Webseiten für Schönheitswaren, Kosmetik, Luxuswaren



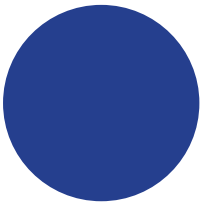
WWW.KADAI.AT



BEGLEITUNG FÜR
DEINEN HERZENSWEG

DIE WIRKUNG VON FARBEN

DIE BEDEUTUNG DER FARBEN



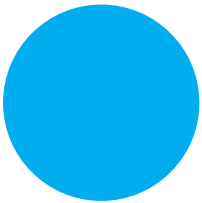
DUNKELBLAU

Dunkelblau wirkt je nach Farbton kühl oder leuchtend. Psychologisch verbinden wir mit dem Farbton Ruhe und Vernunft aber auch Sehnsucht, Melancholie und Kühle.

Zusätzliche Info:

Webseiten für Finanzen, Versicherungen, Banken

Logos für Automobil, Pharmazie, Technologiebranche

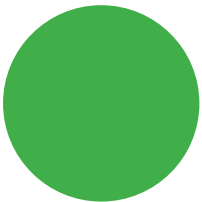


CYAN

Cyan ist hell, leuchtend und reizend. Es steht für Klarheit, Frische, Offenheit und Bewusstsein aber auch für Distanz und Leere. Strahlt positive Wirkung aus, ohne aufdringlich zu wirken.

Zusätzliche Info:

Webseiten für Hygieneartikel, Logos für Automobil, Technologiebranche

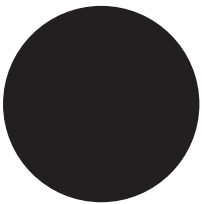


GRÜN

Grün ist ruhig und natürlich. Psychologisch verbinden wir mit dem Farbton Glück, Hoffnung, Leben, Natur, Zufriedenheit und Regeneration aber auch Unreife und Gift.

Zusätzliche Info:

Webseiten für Umweltschutz, Gesundheitsfarmen, Tourismus

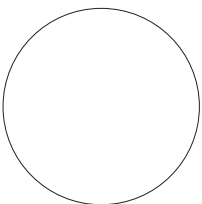


SCHWARZ

Schwarz ist düster, dicht und massiv. Es steht für Unabhängigkeit aber auch für Trauer, Depression und Sorgen.

Zusätzliche Info:

Webseiten für Luxuswaren, Markenkleidung, Autos, Finanzbranche



WEISS

Weiß ist hell, strahlend und blendend. Psychologisch verbinden wir mit dem Farbton Unschuld, Reinheit, Ordnung und Wissen aber auch Leere und Flucht. Gut zu wissen: In Japan steht Weiß für Trauer.

Zusätzliche Info:

in Kombination mit anderen Farben; gilt als universal



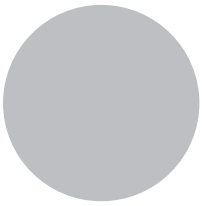
WWW.KADAI.AT



BEGLEITUNG FÜR
DEINEN HERZENSWEG

DIE WIRKUNG VON FARBEN

DIE BEDEUTUNG DER FARBEN

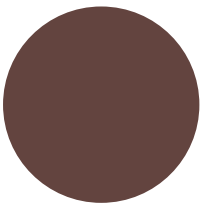


GRAU

Grau wirkt je nach Farbton hell oder dunkel, unbestimmt und charakterlos. Es steht für Sachlichkeit und Nüchternheit aber auch für Eintönigkeit, Vergänglichkeit und Langeweile.

Zusätzliche Info:

Webseiten oder Logos in den Bereichen Fashion, Sport, Unterhaltung, Marketing und High-Tech



BRAUN

Braun hat eine erdende Wirkung auf uns. Es wirkt beständig, schafft Vertrauen und strahlt Gemütlichkeit aus. Wir verbinden damit Ruhe, Komfort, Natur und Sicherheit.

Zusätzliche Info:

Webseiten für Cafés, Lokale, Familienhotels, Dienstleistungen

ANWENDUNG DER FARBPSYCHOLOGIE

Mit Farben lassen sich wirkungsvolle Akzente setzen und die Wirkung auf andere Menschen beeinflussen. Nutze dies bewusster im Alltag und für Deinen Erfolg. Je nachdem welche Werte, Charaktereigenschaften oder Stimmung Du gerade ausdrücken willst, wähle die jeweilige Farbe.

Nicht alle Farben harmonieren miteinander. Besonders ausgeglichen wirken sogenannte Komplementärfarben. Ausgehend von den drei Grundfarben Rot, Gelb, Blau wird die Komplementärfarbe immer aus den beiden anderen gemischt. Rot harmoniert also mit Grün, Blau mit Orange, Gelb mit Lila. Bei der Kleidung wiederum wirkt es besonders stilvoll, wenn insgesamt nicht mehr als zwei Farben verwendet werden.

Farbharmonien gehören zu den Design Aspekten, die am schnellsten wahrgenommen werden. Mit jeder einzelnen Farbe und ihrer Kompositionen mit anderen Farben kannst Du eine sehr starke und einprägsame Wirkung erzielen.

Sie erzeugen Stimmungen, senden Signale und Botschaften und können so gezielt bestimmte Personen ansprechen und zu Handlungen bewegen.

Dabei geht es nicht nur um Signalfarben wie bei einer Ampel, sondern auch um Stimmungen, die mit Bildern hervorgerufen werden oder Botschaften, die über die Farben und Farbkompositionen Deines Webdesigns oder Deines Logo vermittelt werden.



www.KADAI.AT