

Farbenwelt

FINDE DEINE BUSINESSFARBEN



Deine Farben

sind unabdingbar für
dein Business. Sie
stehen für dich und
deine Kund*innen!

Keine Farbe ist eindeutig in ihrer Wirkung.

„Wie Design wirkt: Psychologische Prinzipien erfolgreicher Gestaltung.“ Monika Heimann und Michael Schütz; Rheinwerk Design

Mein Name ist Jessica Schonk, aber die meisten nennen mich **Jess**.

Ich bin **Sichtbarkeitscoach** und **Mentoring** für Design & Fotografie sowie Webdesigner in mit Herz.

Meine Mission ist es, das Internet schöner zu machen.

Seit zehn Jahren arbeite ich im Internet und der Wunsch, dieses ein ganzes Stück schöner zu machen, wächst mit jedem Tag.

Ich helfe meinen Kund*innen dabei, ihr Thema und sich selbst **sichtbar zu machen**, indem sie ihren eigenen Stil finden, statt in der Masse unterzugehen.

STRATEGIE. DESIGN. HERZ.

Um Sichtbarkeit in deinem Online Business zu erreichen, braucht es mehr! Deswegen arbeite ich mit dem Ansatz, dass wir alle unsere ureigene Art der Sichtbarkeit finden werden.

Heute schauen wir uns **deine Farben** an, denn ich bin davon überzeugt, du trägst sie bereits in dir!

Jess

About me



*Was man über mich sagt:
"Jess ist hoffnungslose
Optimistin, mit beiden
Beinen auf dem Boden. Die
Liebe zu schönen Dingen
und ihre Stärke zu visueller
Schönheit zeichnen sie aus.*

*Ihr Kopf weiß genau, was er
tut,
aber nie ohne ihr Herz!"*



WILLKOMMEN *ZU* *deiner* FARBWELT!



Was sagt eine Farbe aus? Über dich? Über deine Marke?

Wie wirken Farben?

Sehr oft fragen mich meine Kundinnen, ob sie bei der Farbwahl nicht einfach ihre Lieblingsfarbe wählen können und rechnen nicht mit der Antwort "Jain".

Denn deine Farben in deinem Business stehen nicht allein für dich, sondern auch für deine Kund*innen.

Gerade deine Farben sind mit das Erste, was man von dir und deiner Marke sieht.

Du brauchst sie für Social Media, deine Webseite, aber auch für Kursgestaltung und ggf. Drucksachen.

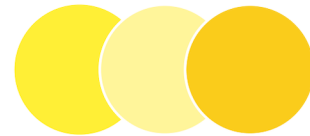
Du trägst deine Farben in dir

Je nach Zusammenhang kann Blau intellektuell und rational wirken, aber ebenso verträumt und visionär.



Bevor wir uns jedoch diese „festgelegten“ Bedeutungen anschauen, möchte ich dich bitten, hier in Stichworten zusammenzufassen, wofür du stehst, welches deine Kernwerte sind und wie du wahrgenommen werden möchtest:

Gelb kann zum einen fröhlich und stimmungsaufhellend wirken, in einem anderem Zusammenhang dagegen explosiv und warnend.



Nun notiere bitte, welche Farbe(n) du intuitiv mit deinem Angebot verbindest und welche Farben deiner Meinung nach gut zu dir, deinen Werten, deiner Zielgruppe – kurz; zu deinem Business - passen. Mach dies noch bevor du irgendetwas über die Wirkung gelesen hast. Ganz frei.

Die Wirkung von Farben

Wir werden alle unbewusst von Farben beeinflusst.

Dabei reagieren wir sowohl körperlich als auch psychologisch auf Farben. Jede Farbe hat dabei eine andere Wirkung auf uns.

Die Farbwirkung kann individuell recht unterschiedlich sein. Denn sie beruht auf unseren Erfahrungen, die zum einen kulturell und zum anderen durch unsere Erziehung geprägt wurden. Je nach Kultur können Farben daher auch ganz unterschiedliche Bedeutungen haben.

In westl. Ländern steht Weiß für Reinheit und Unschuld, in vielen asiatischen Ländern hingegen für Tod und Trauer.



Trotz aller Individualität kann man sich jedoch an Studien zur Farbpsychologie orientieren, die allgemeingültige Bedeutungen bzw. Farbwirkungen ermittelt haben, die im Prinzip für alle gelten (mehr oder weniger).

Wir können uns diese Farbwirkung für unsere Kommunikation zunutze machen und Farben so gezielter einsetzen.

Auf die verschiedenen Bedeutungen der Farben gehe ich später ein. Wie ihr dann sehen werdet, gibt es für keine Farbe eine 100%ig eindeutige Beschreibung.



Die Farbe Gelb

Gelb ist die Sonne, licht- und wärmespendend.

Strahlender Sonnenschein wird in der Regel mit Heiterkeit und Unbeschwertheit verbunden.

Die Farbe Gelb ist die hellste der Grundfarben.

Positive Assoziationen:

Lebensspendend, fröhlich und stimmungsaufhellend, goldig und blendend, magisch, wegweisend, inspirierend und weise, üppig und freigiebig. Licht, Wärme, Positivität, Kreativität, Neugier, Intellekt und Wissbegierde.

Negative Assoziationen:

Unstet, kreischend, warnend, explosiv und ätzend, krank und verdorben. Gelb steht für die Farbe des Neids und der Gier.



Die Farbe Rot



Rote Dinge sind besonders auffällig und ziehen die Aufmerksamkeit auf sich. Interessanterweise wird Rot im Gesichtsfeld länger wahrgenommen. Geht man an einem blauen und roten Punkt vorbei, sieht man den roten Punkt länger.

Es ist die Farbe der Liebenden und die des Kämpfers, es ist die Farbe von höchsten Gefühlen: Kraft, Feuer und wilder Leidenschaft.

In der Natur steht Rot für Warnung und Anziehung zugleich.

Positive Assoziationen:

Wärme und Lebenskraft,
Entschlossenheit, Tatkraft,
Leidenschaft, Erotik, Sex.

Negative Assoziationen:

Kriegerisch, gefährlich, mächtig und
kontrollierend, ambivalent, extreme
Gefahr und Alarm.



Die Farbe Blau

Blau ist die Lieblingsfarbe fast der Hälfte aller Deutschen.

Blau steht für Zuverlässigkeit und Klarheit. Blau ist eine der populärsten Farben für Logos.

Blau steht für Sanftmut – aber im Gegensatz zum präsenten, gelassenen Grün, ist Blau ruhig durch Distanz.

Gleichzeitig repräsentiert Blau auch eine klare Besonnenheit, Objektivität, Neutralität und Klarheit – das flößt Vertrauen ein und vermittelt ein Gefühl von Sicherheit.

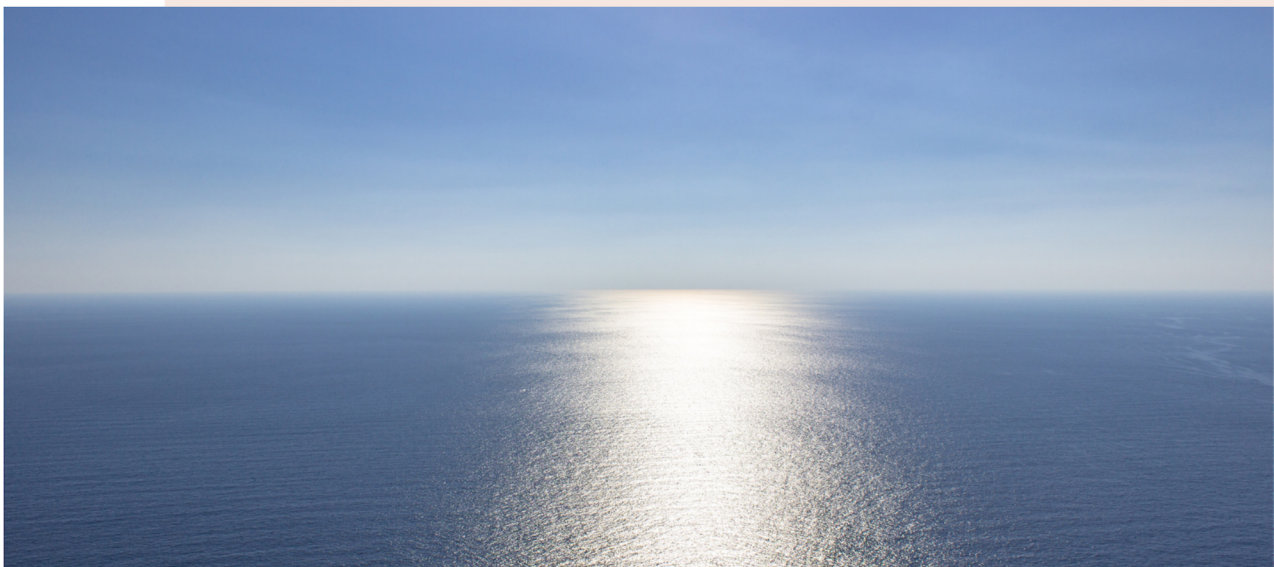
Positive Assoziationen:

Ruhig und verlässlich, himmlisch, göttlich, verträumt und visionär, klar, intellektuell und rational.

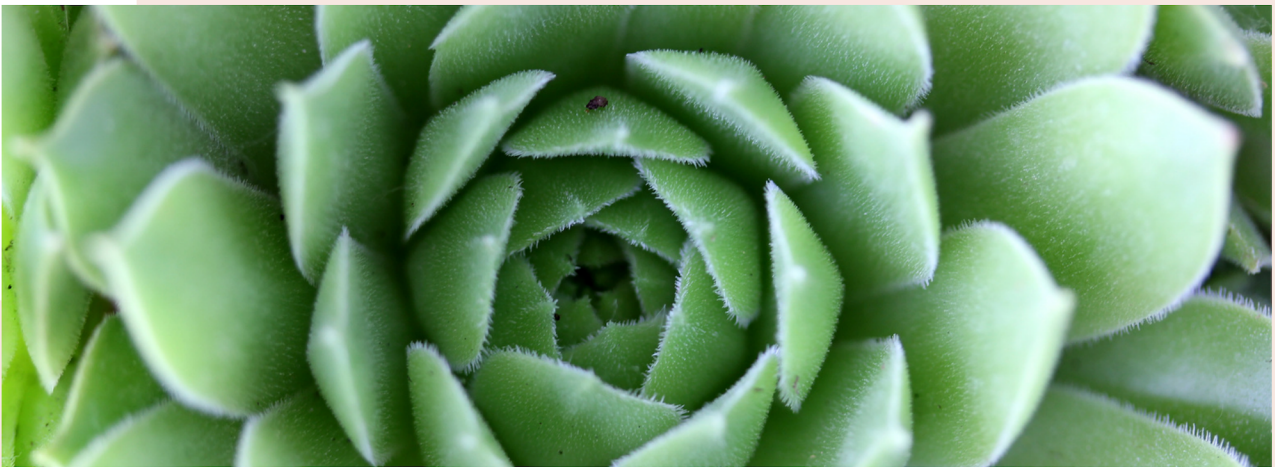


Negative Assoziationen:

Sehnsüchtig und täuschend, unergründlich und schwermütig, sowie unappetitlich (Schimmel).



Die Farbe Grün



Grün ist, im Vergleich zu den anderen Farben weniger zweideutig. Sie zeigt nur wenige Widersprüche.

Grün steht gleichsam für Gelassenheit und Statik und bildet die Mitte zwischen ruhigem Blau und strahlendem Gelb. Als Farbe der Flora steht Grün für Fruchtbarkeit und Wachstum. Grün repräsentiert die starke Kraft der Natur und die Natur ist es, welche wir am stärksten mit der Farbe Grün assoziieren.

Positive Assoziationen:

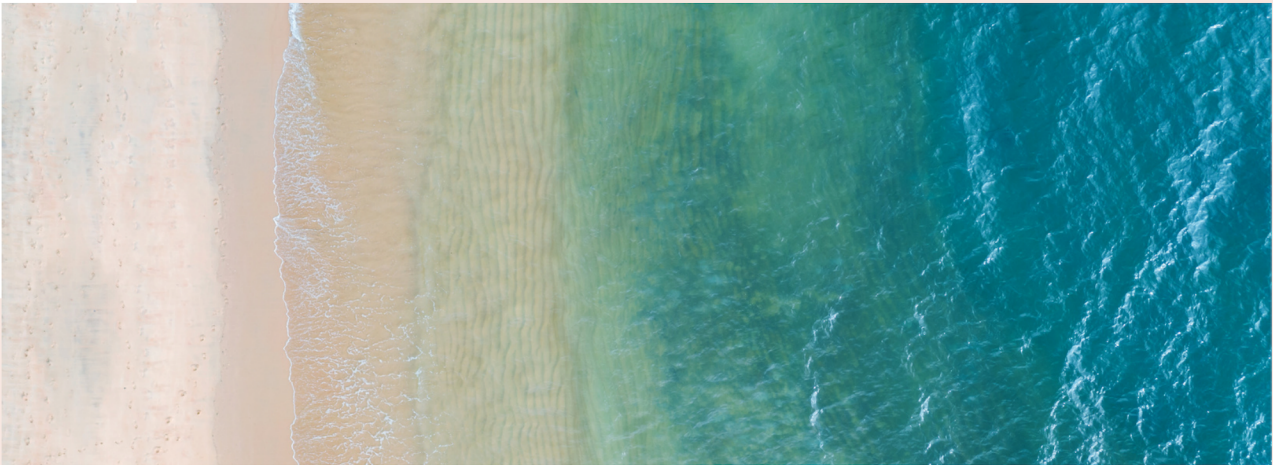
Hoffnung und Wachstum,
umweltbewusst und heilend,
lebendig, jugendlich und erneuernd,
Fortschritt.

Negative Assoziationen:

Giftig und monströs, gefährlich, Neid,
Gier, Materialismus, Verschwendung,
Unerfahrenheit, Gleichgültigkeit und
Geiz.



Die Farbe Türkis



Die Farbe Türkis vereint als Mischfarbe die Eigenschaften von Blau und Grün. Türkis bedeutet offene Kommunikation und Gedankenklarheit.

In der Farbpsychologie steuert und heilt Türkis die Emotionen und schafft emotionale Balance und Stabilität.

Sie ist die Farbe für Lagunen, strahlenden Himmel, Palmen und Meer. Kurz: Türkis wird oft mit Urlaub assoziiert. Eine Zeit höchster Entspannung, in der wir vor der Last des Alltags fliehen und abschalten können.

Positive Assoziationen:

Balance, Harmonie und Stabilität, Wachheit, Bewusstheit, Klarheit, geistige Offenheit, Kontakt, Kommunikation, Erfindungskraft, Freiheit, Meer, Urlaub.

Negative Assoziationen:

Distanz, Prahlerei, Zurückhaltung, Unachtsamkeit, Abhängigkeit.



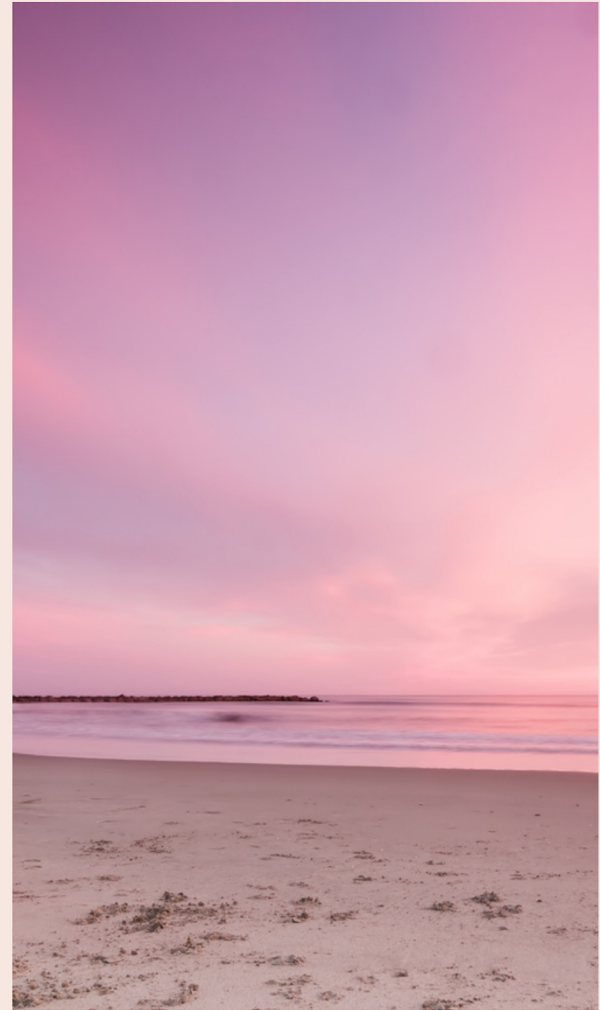
Die Farbe Rosa

Die Farbe Rosa steht für Mitgefühl, Fürsorge und Liebe. Sie bezieht sich auf bedingungslose Liebe und gegenseitiges Verständnis. Als Kombination von Rot und Weiß enthält Rosa den Tatendrang von Rot und das Erkenntnispotenzial von Weiß.

Eine Rot-Rosa-Kombination kann die unschuldigen Gefühle der Liebe symbolisieren (während eine Rot-Violett-Kombination die "verbotenen" Gefühle der Sexualität bestimmt).

Positive Assoziationen:

Feminin, zärtlich, beruhigend und süß. Die Farbe der Sanftheit und der Zärtlichkeit.



Negative Assoziationen:

Kitschig, kindlich. Kann geringe Willenskraft, geringes Selbstvertrauen sowie mangelnde Eigenständigkeit ausdrücken.



Die Farbe Violett

Violett wirkt recht ambivalent und enthält sowohl die Kühle und Stabilität des Blaus, aber ebenso die Energie und Wärme des Rots.

In ihrem Ursprung stand Violett für Demut, Tugend und Buße.

Die Farbe Violett ist aber bedeutend vielschichtiger und symbolisiert das Geheimnisvolle und Mystische, das Innehalten und tiefe Ruhe und eine königliche Opulenz, Macht und Extravaganz.



Positive Assoziationen:

Verbindend, spirituell, magisch und mystisch, kreativ, phantasievoll und sehnsüchtig, erhaben und würdevoll, Emanzipation.

Negative Assoziationen:

Unnatürlich, künstlich geheimnisvoll, unnahbar, exzentrisch, mysteriös unruhig, zwiespältig.



Die Farbe Braun

Braun hat eine hohe Assoziation zu Holz und Erde. Die damit verbundene Wirkung geht in Richtung „geerdet sein“. Gleichzeitig kann es – je nach Kontext – konservativ, dreckig oder altmodisch wirken.

Die Farbe steht für Zuverlässigkeit, Authentizität, Bodenständigkeit, Unaufgeregtheit und eine gewisse Neutralität. Braun wirkt zudem organisch, natürlich und behaglich.

Positive Assoziationen:

Fruchtbar, natürlich, organisch, geerdet, bodenständig, zuverlässig warm, freundlich, traditionell, heimelig.



Negative Assoziationen:

Sumpfig, dreckig, verrottet, arm und bescheiden, konservativ, altmodisch.



Die Farbe Weiß



Weiß als eine der „Nichtfarben“ ist in ihrer Wirkung besonders vielschichtig. Die psychologische Bedeutung ist besonders facettenreich. Die wichtigste Assoziation mit Weiß ist das Licht, das Helle, der Tag. „Es werde Licht“.

Weiß ist eine Farbe des Schutzes und der Ermutigung, die ein Gefühl des Friedens und der Hoffnung vermittelt und dazu beiträgt, emotionale Verstimmungen zu lindern. Weiß bietet innere Klarheit und Ordnung, wodurch es den Geist und letztlich das gesamte körpereigene Energiesystem erfrischt.

Positive Assoziationen:

Neutral, freundlich, rein und unschuldig, hell und leuchtend, schützend (weiße Magie).

Negative Assoziationen:

Verklärend und undefiniert, kalt und blass, steril und unnahbar.



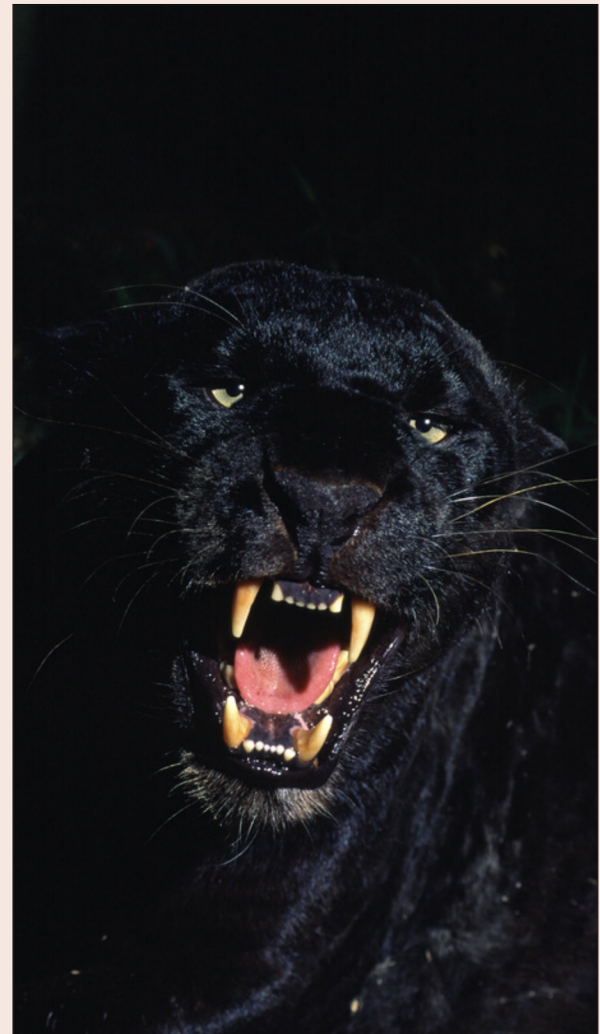
Die Farbe Schwarz

Die Wirkungen der Farbe Schwarz sind so gegensätzlich wie bei kaum einer anderen Farbe. Von Eleganz und Bedrohung über Selbstbewusstsein bis hin zu Angst – das Spektrum ist breit.

Schwarz ist eine neutrale Farbe. In Wirklichkeit ist es gar keine Farbe, sondern das Nicht-Vorhandensein von Licht. Schwarz erinnert uns unter anderem an Tod, an Angst und Okkultismus. Schwarz steht aber auch oft genug für Eleganz, Sexualität, Wohlstand, Kraft, Mode und Magie.

Positive Assoziationen:

Seriös, elegant, klassisch, modern sachlich, formal, kraftvoll, dominant, erotisch.



Negative Assoziationen:

Dunkel, unglücklich, geheimnisvoll und distanziert, dominant, böse, Tod und Trauer.



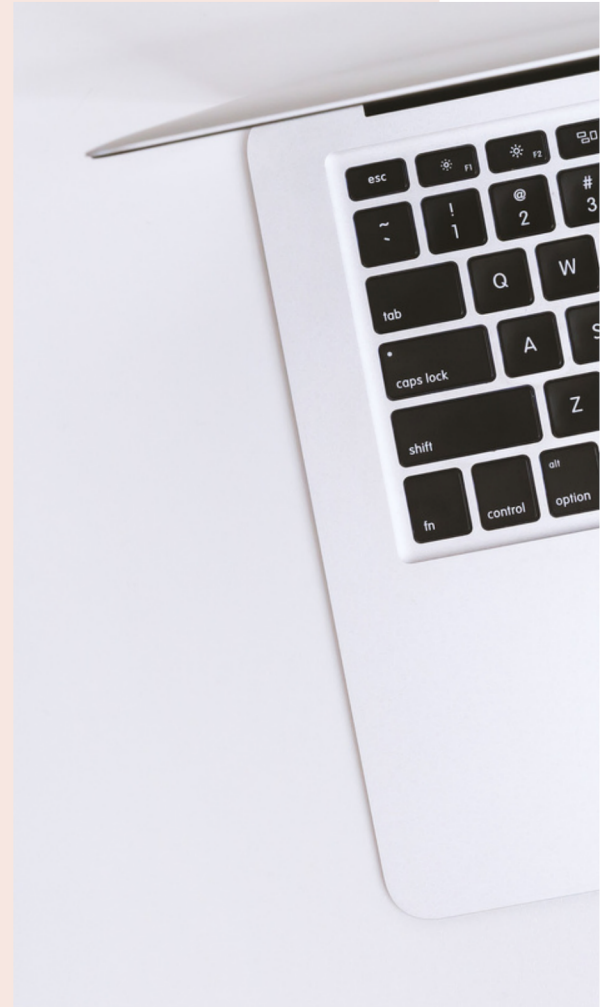
Die Farbe Grau

Grau ist besonders unauffällig, wie die sprichwörtliche „graue Maus“, kann aber – je nach Verwendung – auch genauso elegant und modern wirken.

Grau ist eine Nichtfarbe, bzw. eine unbunte Farbe, die keinen oder nur einen geringen farbigen Anteil besitzt. Grau kann aus Schwarz und Weiß gemischt werden. Ist eine buntfarbige Komponente enthalten oder sind ausschließlich bunte Farben gemischt, spricht man von farbigem Grau.

Positive Assoziationen:

Zeitlos, neutral, edel, hochwertig, modern, dezent, silbrig, würdevoll und elegant, ordentlich, beständig, zuverlässig, professionell.



Negative Assoziationen:

Karg, leblos, unauffällig, langweilig, vergessen, gleichgültig, trist, deprimierend, arm, schlicht und einfach.



Ableitungen für dein Design

Wie jetzt deutlich geworden ist, hat jede Farbe unterschiedliche Bedeutungen. Und an dieser Stelle habe ich sogar nur die gängigsten Wirkungen bzw. Assoziationen genannt.

Beispielsweise wird den Farben in der Yogapraxis oder im Spirituellen häufig noch eine andere Bedeutung bzw. Wirkung auf den Körper zugesprochen.

**Alle Farben sind in dir.
Ich helfe dir, sie zu finden!**



Außerdem gibt es natürlich neben den Grundfarben noch eine Reihe von Mischfarben sowie Farbabstufungen.

Hier kann man als Orientierung die Wirkungen der zugrundeliegenden Hauptfarben zur Hilfe nehmen (vgl. das Beispiel Orange). Je nachdem ob das Orange eher rotstichig oder gelbstichig ist, tendiert auch die Wirkung der Farbe in Richtung Rot oder Gelb.

Für die Gestaltung ist es wichtig zu wissen und zu beachten, dass jede Farbe immer im Zusammenhang wirkt. Das heißt, je nach Einsatzzweck und Umfeld beeinflussen sich die Farben gegenseitig. Farben wirken zudem unterschiedlich miteinander.

Darüberhinaus haben Farben in einem modernen Umfeld und Design eine ganz andere Ausstrahlung als in einem biederen Design.



Farbwirkung im Zusammenspiel

Schau dir mal die Wirkung der Farbe Orange in diesen beiden Beispielen an (Tipp: decke jeweils eine Farbpalette mit der Hand ab):



Im Zusammenspiel mit den anderen beiden Farben wirkt das Orange auf der linken Seite eher jung, frisch und energiegeladen. Auf der rechten Seite wirkt es dagegen deutlich ruhiger, ausgeglichener, geerdeter.

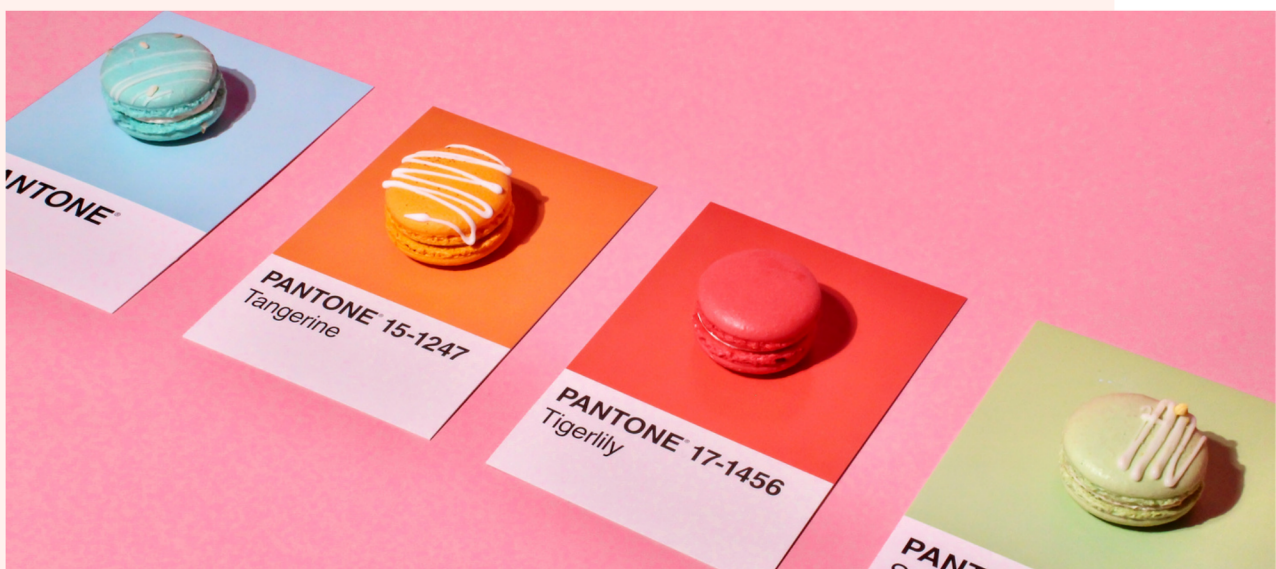
So viele Informationen, wie soll man denn nun eine eigene, passende Farbpalette finden???

Hier kommen nun deine Farben, die du ganz am Anfang aufgeschrieben hast, wieder ins Spiel.

Vergleiche die Farben, die du anfangs aufgeschrieben hast mit den Farbwirkungen.

Gibt es bereits eine (oder vielleicht auch zwei) Farbe(n), die von ihrer Bedeutung und von ihrer Wirkung her zu dir, deinem Thema und deiner Zielgruppe passt?

Gibt es Widersprüche, die du vorher noch nicht kanntest? Falls es so sein sollte, dann lasse dich von den Farben mit ihren Bedeutungen noch einmal inspirieren. Und vergiss nicht das Zusammenspiel.



Deine Zielgruppe & Du



Diese Grafik verdeutlicht, dass die Wahl deiner Farben nicht allein mit dir zu tun hat, sondern dass sie ein Zusammenspiel zwischen dir und deinen Kund*innen ist.

Ich z.B. ziehe selten die Rockertypen an, dafür mehr feminine Frauen.

Finde deine Schnittmenge aus deiner Zielgruppe, deiner Marke und dir!





Willst du mehr?

EINLADUNG

Kreiere dir dein komplettes **Brand Board!**

Lerne in diesem Kurs, wie du anhand deines Brand Boards deine Farben, Schriften und alle Elemente auf einen Blick haben wirst und fange an, dich unverwechselbar sichtbar zu machen!

[ZUM KURS](#)



Dankeschön



Liebe
Grüße,
Jess

Wenn du noch mehr zu
den Themen Design,
Fotografie und Co. wissen
willst, schau doch gern
mal bei mir vorbei.
Ich freu mich auf dich!



IMPRESSUM

Hersteller:

feierSun by Jessica Schonk

Peerkoppel 155, 21706 Drochtersen

www.feierSun.de

team@feiersun.de

Copyright (c) 2024

Das Handbuch ist in all seinen Teilen urheberrechtlich geschützt. Jede Verwendung ohne Zustimmung des Rechteinhabers ist unzulässig. Das gilt insbesondere für Kopien, Vervielfältigungen, Vortrag, Reproduktion und Verarbeitungen jeglicher Art.

Soweit im Text personenbezogene Bezeichnungen nur in weiblicher Form geführt sind, beziehen sie sich auf Männer und Frauen in gleicher Weise.

Es wird darauf hingewiesen, dass alle Angaben trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr erfolgen. Eine Haftung von Jessica Schonk ist ausgeschlossen.