



FARBEN UND DEREN WIRKUNG

KLÖCKER
MEDIENAGENTUR

KERNFRAGEN

- Welche Wirkung haben Farben im Marketing?
- Wofür stehen die verschiedenen Farben?
- Wie werden Farben bei der Gestaltung angewendet?

KERNAUSSAGEN

- *„Prägnante Farben unterstützen die Individualität eines Unternehmens und garantieren dessen Wiedererkennungswert!“*
- *„Nur wenn Farbtöne treffend ausgewählt werden, kann die Werbebotschaft vollständig wirken!“*



GELB

KLÖCKER
MEDIENAGENTUR

WIRKUNG

- warm, strahlend, dynamisch, optimistisch und anregend
- Bewegung, Lebendigkeit, Freude, Energie und Aktivität
- Geiz, Neid, Egoismus und Gefahrensituation
- Signalfarbe
- zwiespältige Farbe
- wird häufig in der Werbung verwendet, da sie Kunde schon aus weiter Entfernung anregt
- man findet Gelb oftmals bei erfolgreichen Restaurantketten wieder



ORANGE

KLÖCKER
MEDIENAGENTUR

WIRKUNG

- aufregend und aufreizend
- Wärme, Energie, Vergnügen, Geselligkeit, Spaß, Kreativität und Aufdringlichkeit
- wird meist mit billigen Produkten in Verbindung gebracht
- kann niemals Hochwertigkeit oder Exklusivität signalisieren
- kaufanregend und eignet sich gut für Aktionsangebote
- wird in der Werbung von vielen Billiganbietern gezielt in ihrem Logo oder in ihren Produkten eingesetzt



ROT

KLÖCKER
MEDIENAGENTUR

WIRKUNG

- Signalwirkung, lenkt Aufmerksamkeit auf sich
- starke Erregungen und Gefühle, sehr energiegeladen
- hohen Wiedererkennungswert
- wird häufig in der Werbung gebraucht
- unterstreicht Kraft, Leistungsfähigkeit und Unwiderstehlichkeit eines Produktes
- wird für süße, scharfe und würzige Produkte eingesetzt
- wird oft verwendet, wenn es um Prozente oder SALE-Aktionen geht



ROSA

KLÖCKER
MEDIENAGENTUR

WIRKUNG

- ein durch Weiß abgeschwächtes Rot
- Weiblichkeit, Unschuld, Ehrlichkeit, Romantik, Vollkommenheit und Frieden
- süßlich, anregend, zart, kindlich und verspielt
- in der Werbung wird die Farbe gerne für Pflegeprodukte, Kosmetik, sanfte Weichspüler, Babyprodukte und Spielzeug für Mädchen verwendet

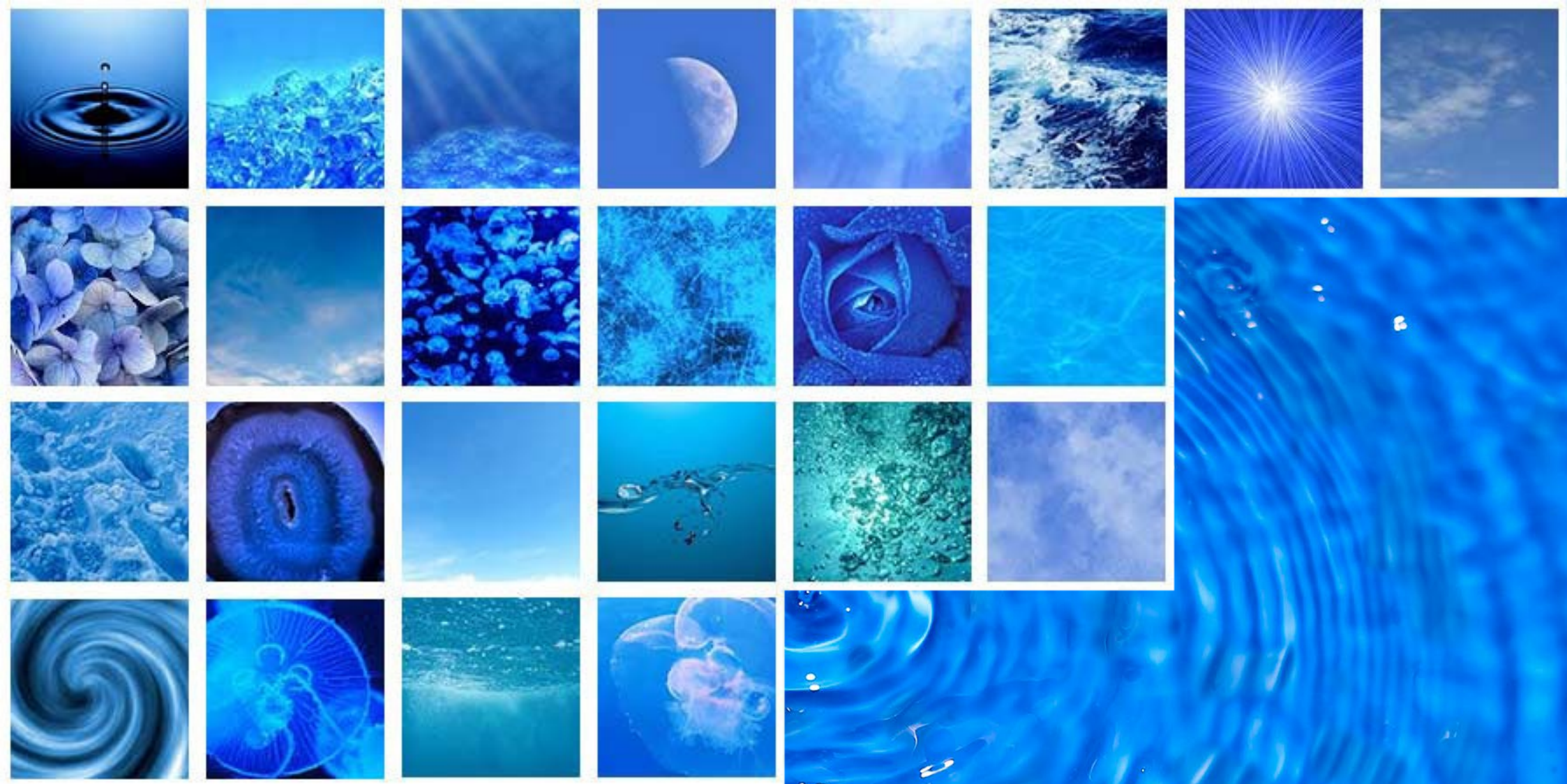


VIOLETT

KLÖCKER
MEDIENAGENTUR

WIRKUNG

- geheimnisvolle, mystische Wirkung
- Mischung der kalten Farbe Blau und der warmen Farbe Rot
- Luxus, Macht, Wohlstand und Individualität
- sanft, romantisch und weiblich
- wird eingesetzt von Marken mit weiblichen Kunden
- wird gerne in der Kosmetik- und Schokoladenindustrie verwendet
- Marke kann kreativ, ideenreich oder sogar weise und zauberhaft wirken



BLAU

KLÖCKER
MEDIENAGENTUR

WIRKUNG

- Seriosität, Harmonie, Sicherheit und Vertrauen
- Ruhe, Entspannung, Sehnsucht und Vertiefung
- Sauberkeit und Reinheit
- sehr geeignet für Werbung und internationale Auftritte
- findet für zwei Bereiche der Werbung Verwendung
- Finanzinstitute, Firmen, Versicherungen, Banken, Zahnärzte oder IT-Firmen, die Seriosität vermitteln wollen
- medizinische, Hygiene-, Reinigungsprodukte und Produkte, die Kühle und Frische ausstrahlen sollen



GRÜN

KLÖCKER
MEDIENAGENTUR

WIRKUNG

- natürlich, frisch, jung
- beruhigend und harmonisch
- Leben, Hoffnung, Wachstum, Vitalität und Gesundheit
- Erhaltung der Natur und Umweltschutz
- wird im Marketing oft für Nahrungsmittel eingesetzt
- natürliches und gesundes Produkt
- mit der Farbe möchte man Kunden im Glauben unterstützen, dass sie etwas von bleibendem Wert kaufen, also etwas Gesundes

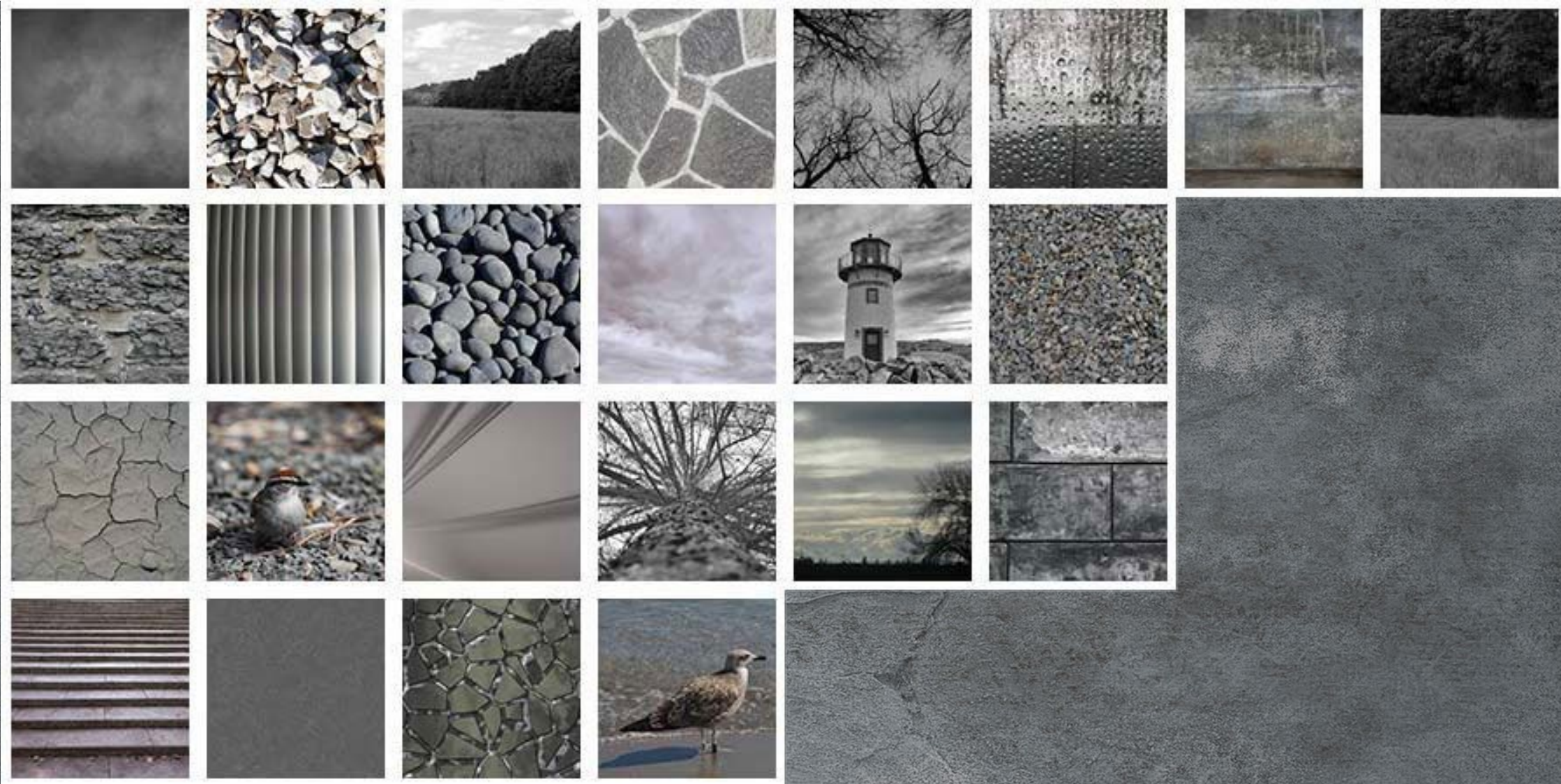


BRAUN

KLÖCKER
MEDIENAGENTUR

WIRKUNG

- stabil, gefestigt und nützlich
- Sicherheit, Geborgenheit, Zuverlässigkeit, Fruchtbarkeit und Naturverbundenheit
- steht für den Alltag, das Bestehende und für die Realität
- wenig Wertvolles, das aber brauchbar, nützlich und notwendig ist
- wird gerne als Logofarbe in der Holzbranche verwendet
- Unternehmen mit Immobilien, Tieren, Tabak, Kaffee, Leder oder mit ökologischem Standpunkt



GRAU

KLÖCKER
MEDIENAGENTUR

WIRKUNG

- Farbmischung von Schwarz und Weiß
- neutral, zurückhaltend und kompetent
- trübe Gefühle, wie Langeweile oder Sorge
- kann auch sehr modern wirken, wenn Grau mit den richtigen Farben kombiniert wird
- durch den geringeren Kontrast oft harmonischer als Schwarz
- wird gerne von technischen Unternehmen eingesetzt
- Raffinesse und Langlebigkeit



SILBER

KLÖCKER
MEDIENAGENTUR

WIRKUNG

- keine Farbe, sondern ein Metall
- exklusive Anmutung, wenn auch längst nicht in dem Maße wie Gold
- zarter, zurückhaltender und weiblicher als Gold
- Werbungen im Bereich Frauenschmuck sind oft in Silber gehalten
- in Silber verpackte Produkte treten qualitativ, elegant, edel und kostbar auf



GOLD

KLÖCKER
MEDIENAGENTUR

WIRKUNG

- keine Farbe, sondern ein Metall
- teuerste und exklusivste aller Farben
- Reichtum, ewiger Wert
- ewig haltbar, unvergänglich und beständig, da es weder rostet noch verrottet
- steigert die Exklusivität eines Produktes
- wird in der Werbung für nicht alltägliche, exklusive Produkte wie Uhren oder edle Parfums verwendet
- Produkte in goldfarbener Verpackung liegen preislich höher als andere