



Was die Farbe deiner Marke über dein Unternehmen verrät

Farben beeinflussen uns in vielfältiger Weise. Sie lösen verschiedene Gefühle aus und wir stellen intuitiv einen Kontext zum Produkt her. Wenn dieser nicht passt und nicht authentisch ist, strafen wir die Marke mit Missachtung ab.

Deshalb spielt bei der Farbwahl keine Rolle, welche Farbe dir gefällt, sie hängt unbedingt von deiner strategischen Ausrichtung ab. Die zwei wichtigsten Fragen sind: Welche Funktion hat dein Produkt und welche Emotionen möchtest du auslösen?

Von jeder der folgenden Farben gibt es unzählige helle, dunkle, kalte und warme Töne. Die Auswahl innerhalb einer Farbfamilie ist also groß und entsprechend variiert die Symbolik auch schonmal.

GELB

Wird aufgrund der Aufmerksamkeitsstärke oft bei Angeboten eingesetzt. Angesichts der negativen Symbolik ist Gelb eher ungeeignet für z. B. Finanzen.

POPULÄR FÜR

Technik, Beratung & Coaching, Transport, Fastfood, Haushaltswaren

SYMBOLISIERT

Licht, Energie, Jugend, Leichtigkeit, Motivation, Optimismus, Klarheit, Freiheit, Neugier

Neid, Geiz, Egoismus, Nervosität

ORANGE

Kommt fidel daher, wird aber gerne wegen der Assoziation mit Wärme und Nähe eingesetzt. Kinder lieben Orange.

POPULÄR FÜR

Technologien, Gesundheit, Handwerk, Freizeit, Getränke, Spielwaren

SYMBOLISIERT

Vitalität, Fröhlichkeit, Lebendigkeit, Wärme, Zuversicht, Nähe, Reife, Energie

Aufdringlichkeit, Frustration, Überschwenglichkeit

GRÜN

Das grüne Spektrum ist größer als das der anderen Farben. Helle Töne repräsentieren Frische und oft Bio-Labels, dunkle passen besser zu Finanzen.

POPULÄR FÜR

Food, Technologien, Gesundheit, Finanzen, Freizeit

SYMBOLISIERT

Frische, Natürlichkeit, Bio, Gelassenheit, Ruhe, Frieden, Erholung, Gesundheit, Hoffnung, Willenskraft, Wohlstand, Fruchtbarkeit

Unreife, Macht

BLAU

Beruhigt und erhöht die Produktivität. Doch Blau ist eher aufgrund der vertrauenswürdigen Erscheinung die meist verwendete Farbe für Marken.

POPULÄR FÜR

Pflege, Hygiene, Finanzen, Versicherungen, Technologien, Gesundheit, Freizeit

SYMBOLISIERT

Sicherheit, Vertrauen, Zuverlässigkeit, Verantwortung, Vernunft, Treue, Sehnsucht, Reinheit, Sauberkeit

Überlegenheit, Bedrückung

VIOLETT

Helle Töne werden oft für feminine Produkte eingesetzt, dunklere für luxuriöse.

POPULÄR FÜR

Technologien, Food/Feinkost, Pflege, Medien, Wellness, Freizeit

SYMBOLISIERT

Erfahrung, Vernunft, Kreativität, Vorstellungskraft, Luxus, Nostalgie, Magie, Spiritualität, Mystik

Zwielichtigkeit, Sorge, Einsamkeit

ROT

In der Markenwelt gibt es keine kraftvollere Farbe, deshalb sollte sie minimalistisch eingesetzt werden, da sie sonst zu aufdringlich wirken kann.

POPULÄR FÜR

Technologien, Food, Auto & Verkehr

SYMBOLISIERT

Stärke, Kraft, Liebe, Gefühle, Leidenschaft, Aufregung

Agressivität, Gefahr, Provokation, Hass, Macht, Drama

SCHWARZ/GRAU

Aufgrund des zeitlosen und neutralen Charakters werden Schwarz und Grau vielseitig, oft auch mit einer zusätzlichen Akzentfarbe eingesetzt.

POPULÄR FÜR

Fashion, Design, Technologien, Forschung, Medien, Auto

SYMBOLISIERT

Eleganz, Zeitlosigkeit, Neutralität, Kompetenz, Kultiviertheit, Geistlichkeit, Autorität

Tod, Trauer, Unglück, Macht