



BUSINESS REFLECTION

FARBPSYCHOLOGIE & MARKENLOOK

Workbook



BLACK SHEEP
— BUSINESS —

Willkommen!

Die visuelle Identität deiner Marke ist viel mehr als nur eine Designentscheidung – sie ist ein kraftvolles Werkzeug, das tief in die Wahrnehmung und die Entscheidungsprozesse deiner Zielgruppe eingreift. Unsere Entscheidungen, auch die über Marken und Produkte, werden nicht nur durch rationale Überlegungen geprägt, sondern vor allem durch unsere Emotionen und unbewussten Prozesse. Neurowissenschaftliche Studien zeigen, dass etwa 95 % unserer Entscheidungen unterbewusst getroffen werden, wobei die visuelle Wahrnehmung einen entscheidenden Einfluss hat.

Die Farben, die du für deine Marke wählst, sind ein wichtiger Bestandteil dieses Prozesses. Farben haben die Fähigkeit, bestimmte Gehirnregionen anzusprechen, die mit Emotionen, Erinnerungen und Entscheidungen verbunden sind. So löst eine bestimmte Farbe, sei es Blau, Rot oder Grün, automatisch Reaktionen im Gehirn aus, die mit Vertrauen, Dringlichkeit oder Naturverbundenheit assoziiert werden. Diese Reaktionen wirken sich auf die Wahrnehmung deiner Marke aus und können das Verhalten deiner Zielgruppe maßgeblich beeinflussen.

Mit den richtigen Farben kannst du die gewünschten Emotionen ansprechen und die Wahrnehmung deiner Marke so gestalten, dass sie bei deiner Zielgruppe den richtigen Eindruck hinterlässt.

Los geht's!

Inhaltsübersicht

- Die Wirkung von Farben auf Kunden
- Wie Farben Emotionen auslösen und Entscheidungen beeinflussen
- Welche Farben passen zu deiner Marke?
- Farben gezielt für deine Markenbotschaft einsetzen
- 5 Schritte, um sicherzustellen, dass deine Farben wirken
- Das Farb-Rad
- Farbwahl und Zielgruppe
- Erstelle dein Marken - Moodboard
- Dein persönlicher Farb-Test

Beachte jedoch, dass dies nur ein kleiner Ausschnitt aus dem sehr umfangreichen Thema der Farbpsychologie ist. Es gibt noch viele weitere Aspekte, die du bei der Wahl von Farben und visuellen Elementen berücksichtigen kannst, um deine Marke erfolgreich zu positionieren. Am Ende dieses Workbooks findest du einige Literaturtipps, wenn du tiefer in die Materie eintauchen möchtest.

Die Wirkung von Farben auf Kunden

Farben sind weit mehr als nur visuelle Elemente – sie beeinflussen unsere Wahrnehmung und unsere Entscheidungen auf einer tiefen, oft unbewussten Ebene. Besonders im Bereich der Markenpositionierung spielen Farben eine zentrale Rolle. Sie sind ein kraftvolles Instrument, um emotionale Reaktionen zu steuern und eine starke Verbindung zwischen deiner Marke und deinen Kunden aufzubauen.

Neurowissenschaftliche Studien haben gezeigt, dass Farben direkt mit bestimmten Gehirnregionen und Emotionen verknüpft sind. Unsere Reaktionen auf Farben sind in vielen Fällen unbewusst, dennoch können sie unsere Wahrnehmung und Entscheidungsfindung stark beeinflussen. Beispielsweise wird **Rot** oft mit Dringlichkeit und Leidenschaft assoziiert, während **Blau** Vertrauen und Ruhe ausstrahlt. **Grün** wird häufig mit Natur, Frische und Wachstum verbunden, während **Gelb** Optimismus und Energie vermittelt.

Für die Positionierung deiner Marke bedeutet das, dass die Farben, die du auswählst, eine direkte Auswirkung auf die Wahrnehmung deiner Marke und die Entscheidung deiner Kunden haben können. Die Farbwahl sollte daher gezielt an die Werte und die Botschaft deiner Marke angepasst werden. Es geht nicht nur darum, welche Farben du persönlich bevorzugst, sondern welche Emotionen und Assoziationen du bei deiner Zielgruppe wecken möchtest.

Wenn du die richtigen Farben für deine Marke wählst, kannst du eine starke emotionale Bindung zu deinen Kunden aufbauen und deren Vertrauen gewinnen. Farben verstärken die Botschaften, die du über deine Marke vermitteln möchtest, und sorgen dafür, dass du in den Köpfen deiner Zielgruppe bleibst. Eine durchdachte Farbwahl kann somit den Unterschied ausmachen, ob sich ein Kunde mit deiner Marke identifiziert oder nicht.

Beispielsweise wird eine Marke, die für Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein steht, häufig Grüntöne verwenden, um die Verbindung zur Natur zu betonen. Eine Luxusmarke könnte sich für Schwarz oder **Gold** entscheiden, um Exklusivität und Prestige zu kommunizieren. Die richtige Farbe sorgt dafür, dass die Werte und die Positionierung deiner Marke sofort erkennbar sind und der Kunde intuitiv versteht, wofür du stehst.

In der Markenpositionierung ist die Farbpsychologie daher ein unverzichtbares Werkzeug, das dir hilft, deine Zielgruppe gezielt anzusprechen und eine klare, konsistente Markenidentität zu schaffen. Die Wahl der Farben sollte nicht zufällig sein, sondern strategisch auf deine Zielgruppe und die gewünschten emotionalen Reaktionen abgestimmt werden.

Wie Farben Emotionen auslösen und Entscheidungen beeinflussen

Hier eine Übersicht, welche Emotionen und Assoziationen verschiedene Farben auslösen und wie sie Kaufentscheidungen beeinflussen können:

Rote Farben

- Emotionen: Leidenschaft, Dringlichkeit, Energie
- Entscheidungsbeeinflussung: Rot zieht Aufmerksamkeit an und kann Dringlichkeit erzeugen, was zu sofortigen Handlungen (z.B. "Jetzt kaufen") führen kann.

Blaue Farben

- Emotionen: Vertrauen, Ruhe, Sicherheit
- Entscheidungsbeeinflussung: Blau wird oft für seriöse Marken genutzt (z.B. Banken, Versicherungen), da es Vertrauen und Stabilität vermittelt.

Grüne Farben

- Emotionen: Wachstum, Frische, Natur
- Entscheidungsbeeinflussung: Grün wird häufig für nachhaltige und gesundheitsbezogene Produkte genutzt. Sie vermittelt ein Gefühl der Harmonie und Naturverbundenheit.

Gelbe Farben

- Emotionen: Optimismus, Energie, Freude
- Entscheidungsbeeinflussung: Gelb zieht die Aufmerksamkeit und fördert ein Gefühl von Positivität, wird aber mit Vorsicht eingesetzt, da es auch als aufdringlich wahrgenommen werden kann.

Schwarze Farben

- Emotionen: Luxus, Eleganz, Autorität
- Entscheidungsbeeinflussung: Schwarz ist oft die Wahl für Premiumprodukte und Luxusmarken, um Exklusivität und höchste Qualität zu vermitteln.

Weißer Farben

- Emotionen: Reinheit, Klarheit, Einfachheit
- Entscheidungsbeeinflussung: Weiß sorgt für Klarheit und einen minimalistischen, aufgeräumten Eindruck, ideal für Produkte, die Klarheit und Transparenz betonen.

Orange Farben

- Emotionen: Kreativität, Begeisterung, Freundlichkeit
- Entscheidungsbeeinflussung: Orange ist eine einladende und energetische Farbe, die häufig in Werbekampagnen verwendet wird, um das Interesse zu wecken und die Handlung zu fördern.



BLACK SHEEP

— BUSINESS —