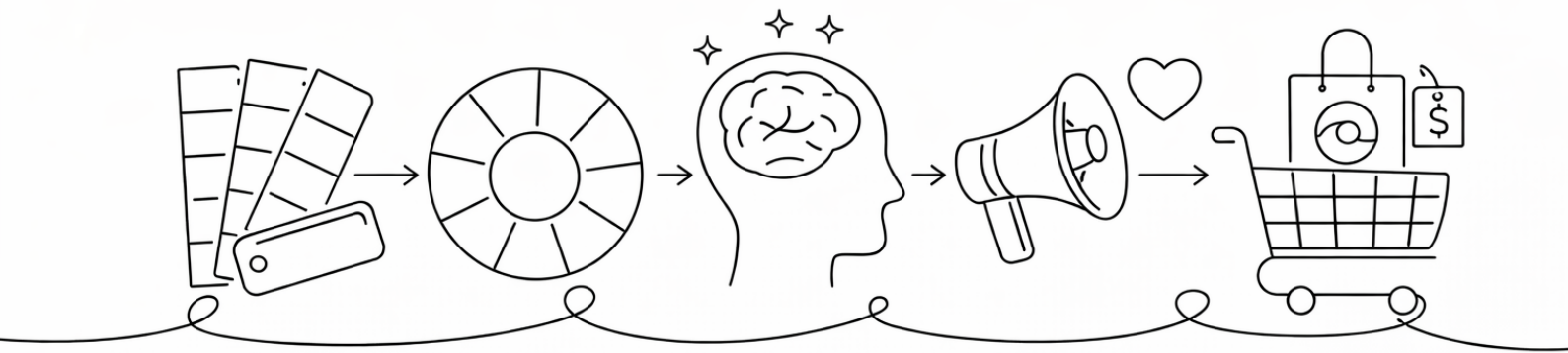




05.D2

LEITFADEN

FARBPSYCHOLOGIE: FARBEN UND IHRE WIRKUNG



Lesezeit:	5 Minuten
Niveau:	Basiswissen
Ziel:	Die Wirkung der wichtigsten Farben verstehen und die passende Farbe für das eigene Unternehmen auswählen
Veröffentlicht:	05/2026
Aktualisiert:	-

Hinweise zur Verwendung

Nur zur eigenen Verwendung. Nutzung auf eigene Verantwortung. Ersetzt keine Fachberatung. Aktualität beachten.
Ausführliche Nutzungshinweise: wildvariety.de/nutzungsrechte-downloads/.



FARBEN SIND NIE NEUTRAL.

Dieser Leitfaden zeigt, welche Farbe welche Wirkung erzielt und welche Farben zu Ihrem Unternehmen passen. Keine Theorie, sondern konkrete Entscheidungsgrundlagen.

Inhalt

1.. Die acht wichtigsten Farben	3
2. Farbkombinationen.	6
3. Kulturelle Unterschiede	7
4. Die richtige Farbe für Ihr Unternehmen finden	7
5. Farbtrends und zeitlose Farben	8



1. DIE ACHT WICHTIGSTEN FARBEN

Rot

Rot wirkt energiegeladen, leidenschaftlich, dringlich und kraftvoll. Es weckt Aufmerksamkeit, Appetit und Liebe – aber auch ein Gefühl von Gefahr.

Geeignet für:

- Verkaufsaktionen, etwa „Jetzt kaufen!“
- Lebensmittelmarken, etwa McDonald's oder Coca-Cola
- Sportmarken, für Energie und Dynamik
- Handlungsaufforderungen

Weniger geeignet für:

- Finanzdienstleistungen, da zu aggressiv
- Gesundheit und Wellness, da zu unruhig
- Luxusprodukte, da zu laut



Praxisbeispiel: YouTube nutzt Rot für den Abspielen-Button – eine Aufforderung zur Aktion.

Blau

Blau wirkt vertrauenswürdig, seriös, ruhig und kompetent. Es vermittelt Sicherheit und Stabilität, wirkt dabei aber auch kühl.

Geeignet für:

- Banken und Versicherungen, für Vertrauen
- IT und Technik, für Kompetenz
- Gesundheit, zur Beruhigung
- B2B-Dienstleistungen

Weniger geeignet für:

- Lebensmittel und Gastronomie, da appetithemmend
- Kreativbranchen, da zu konservativ
- Lifestyle-Produkte, da zu kühl



Tipp: Blau ist die sicherste Wahl – kaum je falsch, aber auch kaum je überraschend.



Grün

Grün steht für Natur, Wachstum, Gesundheit und Nachhaltigkeit. Es wirkt frisch und ausgeglichen und vermittelt ein Gefühl von Harmonie.

Geeignet für:

- Bio-Produkte und Naturkosmetik
- Gesundheit und Pharma
- Nachhaltigkeit und Umwelt
- Finanzwachstum, zum Beispiel „grüne Zahlen“

Weniger geeignet für:

- Luxusmarken, da zu alltäglich
- Technik, da zu organisch
- High-End-Mode, da zu bodenständig

📌 **Merke:** Grün signalisiert „alles in Ordnung“ – deshalb wird es oft für Erfolgsmeldungen genutzt.

Gelb

Gelb wirkt optimistisch, fröhlich, kreativ und warm. Es weckt Aufmerksamkeit und vermittelt Spontanität.

Geeignet für:

- Kinderprodukte
- Kreativdienstleistungen
- Tourismus und Freizeit
- Akzentfarbe für Handlungsaufforderungen

Weniger geeignet für:

- Luxusprodukte, da zu günstig wirkend
- Ernste Unternehmen, da zu verspielt

⚠️ **Wichtig:** Gelb funktioniert als Akzentfarbe, nicht als Hauptfarbe. Auf weißem Hintergrund ist die Lesbarkeit zu gering.



Orange

Orange wirkt freundlich, zugänglich, abenteuerlustig und erschwinglich. Es weckt Enthusiasmus, Kreativität und Mut.

Geeignet für:

- Elektronischer Handel
- Sport und Fitness
- Technologie, weil modern und innovativ
- Handlungsaufforderungen

Weniger geeignet für:

- Luxusmarken, da zu günstig wirkend
- Seriöse Dienstleistungen, da zu lässig
- Gesundheit, da zu aggressiv



Praxisbeispiel: Amazon nutzt Orange für den „In den Warenkorb“-Button – freundlich und auffordernd.

Lila / Violett

Lila wirkt luxuriös, kreativ, spirituell und königlich. Es vermittelt Mysterium, Weisheit und Würde.

Geeignet für:

- Premium-Produkte
- Schönheit und Kosmetik
- Spiritualität und Coaching
- Kreativbranchen

Weniger geeignet für:

- Lebensmittel und Gastronomie, da appetithemmend
- Finanzdienstleistungen, da zu mystisch
- Handwerk, da zu edel wirkend



Tipp: Lila ist nicht gleich Lila. Helle Töne wirken verspielt, dunkle Töne luxuriös.



Schwarz

Schwarz wirkt elegant, mächtig, exklusiv und modern. Es vermittelt Luxus, Autorität und Stärke.

Geeignet für:

- Luxusmarken, etwa Chanel oder Prada
- High-End-Technologie, etwa Apple
- Mode und Design
- eine männlich geprägte Zielgruppe

Weniger geeignet für:

- Kinderprodukte, da zu düster
- Gesundheit, da zu schwer wirkend
- Freundliche, persönliche Dienstleistungen, da zu distanziert

Weiß

Weiß wirkt rein, einfach, klar und minimalistisch. Es vermittelt Sauberkeit, Offenheit und Modernität.

Geeignet für:

- Medizin und Gesundheit
- Minimalistische Marken
- Technik, etwa die Apple-Ästhetik
- Hintergrund und Freiräume

Weniger geeignet für:

- eine alleinige Markenfarbe, da zu neutral
- den Einsatz ohne Kontrast, da es sonst verschwindet



Definition: Weiß ist keine Farbe, sondern Raum. Es schafft Klarheit und Luft im Design, ist aber keine eigenständige Hauptfarbe.



2. FARBKOMBINATIONEN

Komplementärfarben liegen sich im Farbkreis gegenüber:

- Blau und Orange wirken modern, dynamisch und ausgewogen
- Rot und Grün wirken traditionell, etwa zu Weihnachten, und kontraststark
- Gelb und Lila wirken kreativ, auffällig und energisch

💡 **Tipp:** Komplementärfarben erzeugen maximalen Kontrast und damit Aufmerksamkeit. Deshalb sollten sie sparsam eingesetzt werden.

Analoge Farben liegen im Farbkreis nebeneinander:

- Blau, Türkis und Grün wirken beruhigend, harmonisch und natürlich
- Rot, Orange und Gelb wirken warm, energetisch und lebendig
- Lila, Pink und Rot wirken weiblich, kreativ und emotional

📌 **Merke:** Analoge Farben wirken harmonischer, aber weniger auffällig als Komplementärfarben.

3. KULTURELLE UNTERSCHIEDE

⚠️ **Wichtig:** Farbbedeutungen variieren von Kultur zu Kultur. Wer international tätig ist, sollte die Farbbedeutungen in den jeweiligen Zielmärkten recherchieren.

- Weiß: in der westlichen Welt Hochzeit und Reinheit, in Asien Trauer und Tod
- Rot: in China Glück und Erfolg, in Südafrika Trauer
- Gelb: in der westlichen Welt Fröhlichkeit, in Lateinamerika Tod und Trauer

4. DIE RICHTIGE FARBE FÜR IHR UNTERNEHMEN FINDEN

- **Markenwerte definieren:** Welche drei Eigenschaften soll Ihre Marke ausstrahlen?
- **Farben zuordnen:**
 - Vertrauen, Seriosität und Stabilität passen zu Blau.
 - Energie, Leidenschaft und Dringlichkeit passen zu Rot.
 - Natur, Gesundheit und Nachhaltigkeit passen zu Grün.
 - Kreativität, Freude und Optimismus passen zu Gelb oder Orange.



- Luxus, Premium und Exklusivität passen zu Lila oder Schwarz.
- **Wettbewerb prüfen:** Welche Farben nutzt Ihre Konkurrenz? Die gleiche Farbe bedeutet keinen Unterschied und keine Wiedererkennung, eine andere Farbe lässt Sie auffallen.
- **Testen:** Zeigen Sie drei bis fünf Personen Ihrer Zielgruppe verschiedene Farbvarianten. Welche löst die gewünschte Reaktion aus?

5. **FARBTRENDS UND ZEITLOSE FARBEN**

Trendfarben 2026:

- Erdtöne, etwa Terrakotta, Sand oder Ocker
- Pastellfarben, etwa Soft Pink, Mint oder Lavendel
- Neon-Akzente, etwa Highlighter-Gelb oder Electric Blue

Zeitlose Farben:

- Navyblau
- Waldgrün
- Burgunderrot
- Anthrazit
- Cremeweiß

💡 **Tipp:** Trendfarben passen gut zu Social Media und Kampagnen, zeitlose Farben gehören ins Logo und in die Hauptfarbe.

Farbe ist eine Entscheidung. Treffen Sie sie bewusst. **Sie möchten Ihr Farbkonzept nicht selbst entwickeln? Ich entwickle es für Sie.**

→ [Projektanfrage stellen](#)

→ [Fragen stellen](#)