



16 min

Farben lehre





- Du kennst das additive und subtraktive Farbsystem.
- Du verstehst, wie der Farbkreis aufgebaut ist und weisst, welche Wirkung unterschiedliche Farbkombinationen haben können.

Farbe gehört zu den Grundlagen des Grafikdesigns. Farbenlehre ist sowohl die Wissenschaft der Farben als auch die Kunst, Farben zu nutzen. Sie ordnet Farben in Systeme, erklärt, wie Menschen Farbe wahrnehmen, wie Farben sich vermischen, zusammenpassen oder im Gegensatz zueinander stehen. Sie beschäftigt sich aber auch mit den subtilen (und oftmals kulturellen) Botschaften, die Farben kommunizieren – also den Farbbedeutungen, und den Methoden, die verwendet werden, um Farben zu reproduzieren.

Warum solltest du dich als Unternehmer für die Farbenlehre interessieren? Warum kannst du nicht einfach ein wenig Rot auf deine Produktverpackung klatschen und fertig? Schliesslich hat das für Coca Cola auch funktioniert, oder?

Farbenlehre wird dir helfen, deine Marke zielgerichtet aufzubauen, denn Farben beeinflussen Gefühle und Verhalten. Und das wird dir helfen, mehr zu verkaufen. Schauen wir uns also an, wie das alles funktioniert.

Farbenlehre

Farbenlehre hilft, Farben besser zu verstehen

Farbe ist Wahrnehmung. Unsere Augen sehen etwas (beispielsweise den Himmel) und die Information, die von unseren Augen an unser Gehirn gesendet wird, sagt uns, dass es sich um eine bestimmte Farbe (Blau) handelt. Objekte reflektieren Licht in verschiedenen Kombinationen von Wellenlängen. Unser Gehirn greift diese Wellenlängenkombinationen als das auf, was wir Farbe nennen.



Menschen entscheiden in weniger als 90 Sekunden, ob sie ein Produkt mögen oder nicht. 90% dieser Entscheidung basiert einzig und allein auf Farbe.



@99designs

Wenn du durch die Getränkeabteilung im Supermarkt gehst und versuchst, dein Sixpack Coca Cola zwischen den anderen 82 Millionen Dosen und Flaschen zu finden, wonach hältst du Ausschau? Nach dem Schrift-Logo oder der vertrauten roten Dose?

Menschen entscheiden in weniger als 90 Sekunden, ob sie ein Produkt mögen oder nicht. 90% dieser Entscheidung basiert einzig und allein auf Farbe. Also muss sich ein zentraler Teil deines Brandings auf die Farbe konzentrieren.

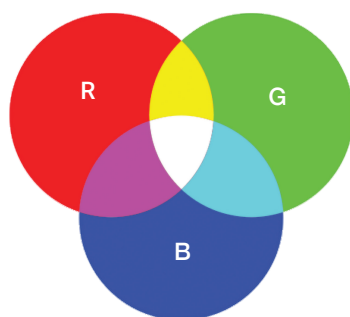
Additives Farbsystem

Menschen sehen Farben in Lichtwellen. Das Vermischen von Licht – oder die additive Farbmischung – erlaubt es, Farben zu erzeugen, indem man rote, grüne und blaue Lichtquellen verschiedener Intensität mischt. Je mehr Licht man hinzufügt, umso heller wird die Farbmischung. Wenn du alle drei Farben des Lichts vermischt, erhältst du reines weisses Licht.

Fernsehgeräte, Bildschirme und Projektoren nutzen Rot, Grün und Blau (RGB) als primäre Farben und vermischen sie, um andere Farben zu erzeugen.

Warum sollte dich das interessieren?

Sagen wir, du hast eine sehr individuelle Marke mit einem hellen gelben Logo. Wenn du dein Logo auf Facebook, Twitter oder deiner Website postest und nicht den richtigen Farbprozess wählst, erhältst du ein trübes Gelb anstatt deines hellen Gelbs. Deswegen solltest du, wenn du mit Dateien für Bildschirme arbeitest, RGB verwenden und nicht CMYK.



Rot



Grün

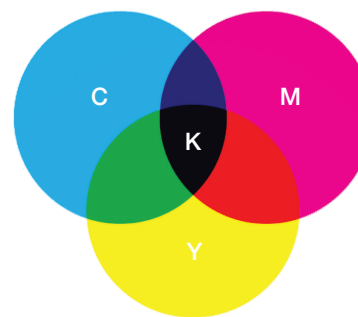


Blau

Subtraktives Farbsystem

Jede Farbe, die du auf einer physischen Oberfläche (Papier, Beschilderung, Verpackung etc.) siehst, nutzt das subtraktive Farbsystem. Die meisten Menschen sind mit diesem Farbmodell vertraut, weil wir es im Kindergarten beim Mischen von Fingerfarben gelernt haben. In diesem Fall bezieht sich «subtraktiv» schlicht und ergreifend auf die Tatsache, dass man Licht vom Papier weg nimmt, indem man mehr Farbe hinzugibt.

Traditionell sind die primären Farben, die im subtraktiven Prozess verwendet werden, Rot, Gelb und Blau, da dies die Farben waren, welche Maler vermischten, um andere Töne zu erhalten. Mit dem Aufkommen des Farbdrucks wurden sie schliesslich durch Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz (CMYK) ersetzt, da diese Farbkombination es Druckern ermöglichte, eine grössere Bandbreite von Farben auf Papier zu produzieren.



Warum sollte dich das interessieren?

Du hast dich entschieden, eine farbige Broschüre zu drucken. Wenn du all das Geld in dein Marketing investierst (Druck ist nicht billig!), erwartest du, dass die Druckerei die Farben richtig hinbekommt.

Da beim Druck die subtraktive Farbmischmethode verwendet wird, kann man die Farben nur dann akkurat reproduzieren, wenn man CMYK verwendet. RGB wird nicht nur zu falschen Farben führen, sondern auch zu einer hohen Rechnung von deiner Druckerei, wenn du sie bitten musst, alles noch einmal zu drucken.



Cyan



Magenta



Gelb



Schwarz

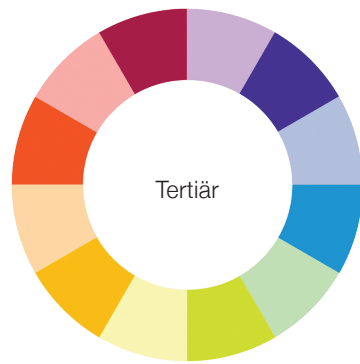
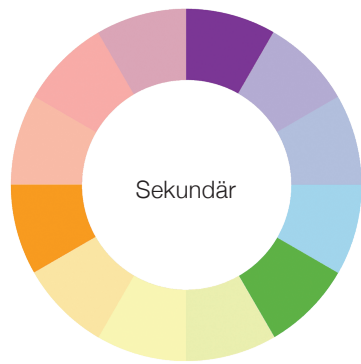
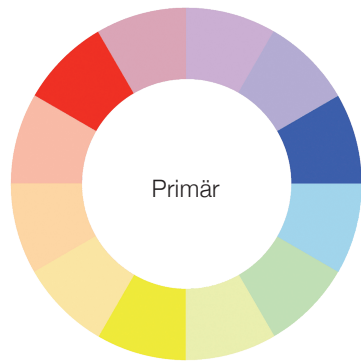


Farbkreis

Ich weiss nicht, wie es dir ging, aber als ich ein Kind war, war das Schönste am Beginn eines neuen Schuljahres die unberührte Schachtel brandneuer Buntstifte. Die Möglichkeiten schienen endlos. Bis ich unvermeidlich den schwarzen Buntstift verlor.

Den Farbkreis und die Farbharmonien zu verstehen, ist genauso aufregend wie die neue Schachtel Buntstifte. Ernsthaft.

Die Bedingungen und Prozesse zu verstehen, die mit Farben einhergehen, werden dir dabei helfen, deine Vision sachkundig deinem Designer, Drucker oder (vielleicht) einem Apple-Mitarbeiter zu kommunizieren.

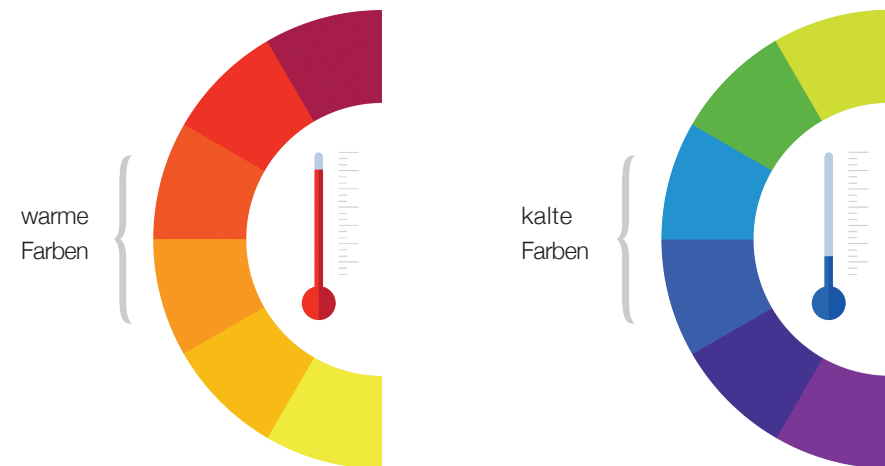


Grundlagen des Farbkreises

Der erste Farbkreis wurde 1666 von Sir Isaac Newton gestaltet, also lange bevor du im Kindergarten mit ihm bekannt gemacht wurdest. Künstler und Designer nutzen ihn immer noch, um Farbharmonien, Farbmischungen und Farbpaletten zu entwickeln.

Der Farbkreis besteht aus drei primären Farben (Rot, Gelb und Blau), drei sekundären Farben (Farben, die erzeugt werden, wenn Primärfarben miteinander vermischt werden: Grün, Orange, Lila) und sechs tertiären Farben (Farben, die aus primären und sekundären Farben erzeugt werden, wie Blau-Grün oder Rot-Violett).

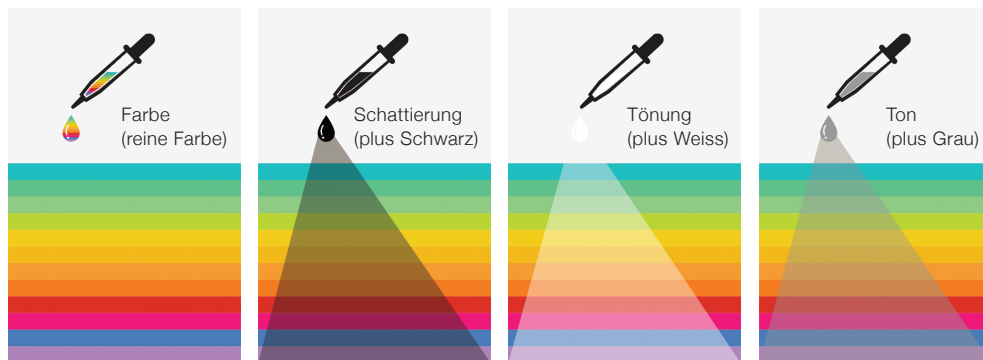
Ziehe eine Linie durch die Mitte des Kreises und du trennst die warmen Farben (Rot, Orange und Gelb) von den kalten (Blau, Grün, Lila).



Warme Farben werden im Allgemeinen mit Energie, Helligkeit und Aktivität assoziiert, wohingegen kalte Farben oftmals für Ruhe, Frieden und Klarheit stehen. Wenn dir klar ist, dass Farben eine Temperatur haben, kannst du besonders gut nachvollziehen, wie die Wahl von warmen oder kalten Farben in einem Logo oder auf deiner Website Auswirkungen auf deine Botschaft haben kann.

Farbton, Schattierung, Tönung und Ton

Gehen wir noch mal zurück zu den Buntstiften von unserem ersten Schultag. Vielleicht fragst du dich, wie wir von den 12 Farben in unserem ursprünglichen Farbkreis zu einer Schachtel mit mehr als 12 Buntstiftfarben gekommen sind. Hier kommen Tönungen, Schattierungen und Töne ins Spiel.

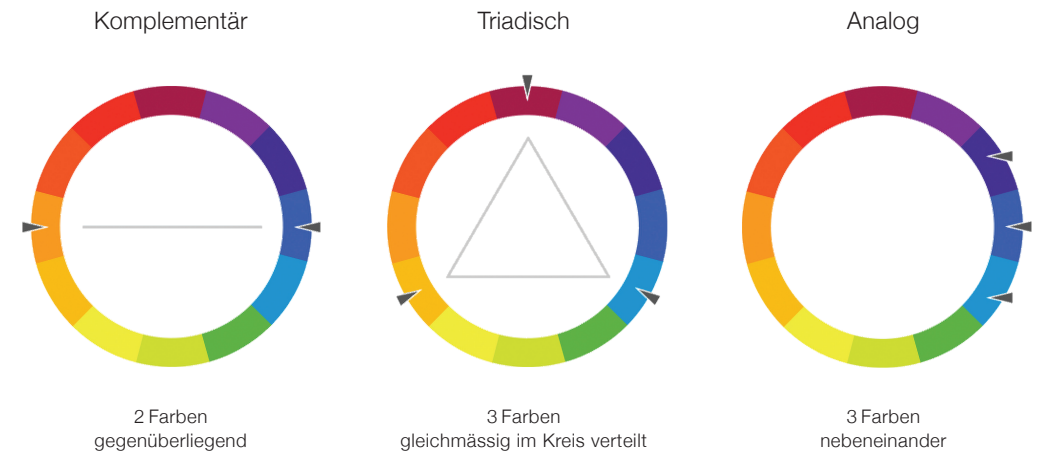


99designs.de

Vereinfacht gesagt sind Tönungen, Töne und Schattierungen Variationen von Farbtönen oder Farben im Farbkreis. Eine Tönung ist ein Farbton, dem Weiss hinzugefügt wurde. Beispielsweise Rot + Weiss = Rosa. Eine Schattierung ist ein Farbton, dem Schwarz hinzugefügt wurde. Beispielsweise Rot + Schwarz = Burgunderrot. Und schliesslich ist ein Ton eine Farbe, der Schwarz und Weiss (oder Grau) hinzugefügt wurde. Dies dunkelt den ursprünglichen Farbton ab, während es die Farbe dezenter und weniger intensiv erscheinen lässt.

Farbschemata

Schauen wir uns Farbschemata an. Mithilfe des Farbkreises entwickeln Designer ein Farbschema für Werbematerialien.





Komplementärfarben

Komplementärfarben liegen sich im Farbkreis gegenüber – Rot und Grün beispielsweise.

Da es einen starken Kontrast zwischen diesen beiden Farben gibt, können sie ein Bild hervorstechen lassen. Aber wenn man es übertreibt, kann es ermüdend sein. Wie beispielsweise in einem Einkaufszentrum im Dezember. Ein komplementäres Farbschema für dein Unternehmensmarketing bietet scharfen Kontrast und klare Abgrenzung zwischen Bildern.

Analoge Farben

Analoge Farben liegen im Farbkreis nebeneinander. Rot, Orange und Gelb beispielsweise. Wenn man ein analoges Farbschema gestaltet, wirkt eine Farbe dominierend, eine unterstützend und eine andere akzentuierend. In der Geschäftswelt sind analoge Farbschemata nicht nur angenehm für das Auge, sondern können Konsumenten auch effektiv leiten und zeigen, wo und wie sie handeln sollen.

Die Tostitos Website nutzt ein analoges Farbschema. Beachte wie die leuchtend orange Navigationsleiste den Blick lenkt und dazu auffordert, die Seite zu entdecken. Farbige Akzente am Ende der Seite führen hungrige Konsumenten zum «Jetzt kaufen»-Link. Lerne, wie du die richtigen Farben für dein Webdesign wählst.

Triadische
Farben im
Logo



Triadische Farben

Triadische Farben sind gleichmässig im Farbkreis verteilt und tendieren dazu, sehr leuchtend und dynamisch zu sein.

Ein triadisches Farbschema in deinem Marketing erzeugt visuellen Kontrast und Harmonie gleichzeitig und betont jedes Element, während das gesamte Bild heraussticht.

Burger King verwendet dieses Farbschema ziemlich erfolgreich. Ist es eigentlich schon Mittagszeit?



Analoge
Farben im
Webdesign

Aber ernsthaft, weshalb solltest du dich für Farbenlehre interessieren?

Zwei Worte: Branding und Marketing.

Nein, halt, drei Worte: Branding, Marketing und Vertrieb.

Mit diesem Grundwissen über Farben und Farbschemata bist du darauf vorbereitet, wirkungsvolle Entscheidungen für dein Branding zu treffen. Wie zum Beispiel, welche Farbe dein Logo haben sollte. Oder die Emotionen, die Farben in einem Konsumenten hervorrufen und die Psychologie hinter Farbentscheidungen für deine Website.

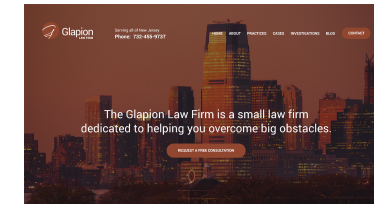
Du glaubst, das spielt keine Rolle? Schau dir den Link an. Das tut einfach nur weh.



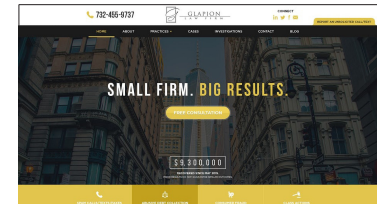
Das Wissen um die Farbenlehre kann dir nicht nur bei deinem eigenen Marketing helfen, es hilft dir auch, besser zu verstehen, was deine Konkurrenz tut.



Webseite erstellt von mute_work für Mahony's Lawyers



Webseite erstellt von Mila Jones Cann



Webseite erstellt von MercClass für die Anwaltskanzlei Glapion

Bei einem Vergleich von drei Webseiten von Anwaltskanzleien wirst du eine Reihe von analogen Farbschemata bemerken. Blau ist grundsätzlich assoziiert mit Verlässlichkeit, Braun mit Männlichkeit und Gelb mit Kompetenz und Freundlichkeit. All dies sind positive Assoziationen in einer Branche, die oft durch Stereotype wie Unehrlichkeit oder Aggression mit negativen Konnotationen behaftet ist.

Um deine Marke hervorstechen zu lassen, um deiner Zielgruppe zu gefallen und um zu verstehen, dass schlechte Farben zu schlechten Umsätzen führen können – deshalb solltest du dich für Farbenlehre interessieren.

Kurzfassung

Tipp

Farben beeinflussen unsere Gefühle und unser Verhalten. Menschen entscheiden innerhalb 90 Sekunden, ob sie ein Produkt mögen oder nicht. Dabei basiert die Entscheidung zu 90% lediglich auf der Farbe. Farben, die wir wahrnehmen, sind nichts anderes als von Gegenständen reflektiertes Licht. Es handelt sich dabei um eine Kombination von unterschiedlichen Wellenlängen. Beim **additiven Farbsystem** (RGB) treffen rote, grüne und blaue Lichtwellen aufeinander, welche verschiedene Intensitäten aufweisen. Je mehr Licht, desto heller erscheinen die Farben. Sind alle Lichtwellen gleich stark, erhältst du reines weisses Licht. Digitale Geräte funktionieren mit diesem Farbsystem. Arbeitest du mit analogen physischen Medien, musst du mit dem **subtraktiven System** (CMYK) arbeiten. Hier funktioniert das System genau umgekehrt. Durch das Hinzufügen von Farben wird Licht weggenommen. Mischst du also alle Farben (blau, rot, gelb), erhältst du ein reines Schwarz.

Der Farbkreis dient dazu, Farbharmonien, Farbmischungen und Farbpaletten zu entwickeln. Er besteht aus drei **primären Farben** (Rot, Gelb und Blau), drei **sekundären Farben** (sie entstehen durch die Mischung der Primärfarben) und sechs **tertiären Farben** (sie werden erzeugt durch die Kombination von primären und sekundären Farben). Trennst du den Farbkreis in der Mitte, dann erhältst du auf der einen Seite die warmen Farben (Rot, Orange und Gelb) und auf der anderen Seite die kalten (Blau, Grün und Lila). Als **Komplementärfarben** werden diejenigen Farben bezeichnet, welche auf dem Farbkreis genau gegenüber liegen. Kombiniert du diese Farben, kannst du einen starken Kontrast erzeugen und damit Elemente hervorheben und von anderen abgrenzen. **Analoge Farben** liegen im Farbkreis nebeneinander. Sie wirken auf das menschliche Auge angenehm und sie können uns leiten. **Triadische Farben** sind gleichmässig im Farbkreis verteilt. Sie wirken leuchtend und dynamisch. Triadische Farbkombinationen erzeugen Kontrast und Harmonie gleichzeitig. Alle Elemente werden betont.



Gestaltest du ein Artefakt, das später ausgedruckt werden soll, dann arbeite von Beginn weg im CMYK Farbmodus. Wird dein Artefakt in digitaler Form erscheinen, dann verwende das RGB Farbsystem. Musst du den Farbmodus im Nachhinein ändern, können Farben anders aussehen.



Übungs Atelier

Aufgaben

Farbkreis

Werfe einen Blick in deine Tasche und öffne die Nummer 1. Setze aus den Einzelteilen den Farbkreis zusammen. Jetzt kannst du die warmen von den kalten Farben trennen.

In einem weiteren Schritt versuchst du, unterschiedliche Farbharmonien zu legen. Halte deine Erkenntnisse auf Fotos und mit Notizen auf der nächsten Seite fest.

Farbharmonie

Nachfolgend findest du zwei identische Bilder, male sie beide aus. Beim ersten setzt du dir das Ziel, ein möglichst hässliches Gemälde zu schaffen. Die zweite Vorlage gestaltest du so, dass sie harmonisch wirkt. Vergleiche nun die beiden Bilder. Wie wirken sie auf dich? Konntest du die Zielvorgaben «hässlich» und «harmonisch» erfüllen? Mit welchen Veränderungen (Farben/Farbkombinationen etc.) hat du den grössten Unterschied erreicht? Halte deine Gedanken fest.



Kennst du dich mit Photoshop aus? Dann kannst du die Aufgabe auch digital lösen. Du kannst die Photoshop-Vorlage unter folgendem Link herunterladen: designrezepte.ch/farbenlehre



Notizen

hässlich



harmonisch



Geschafft



Super, du hast das erste Kapitel erfolgreich abgeschlossen. Nun kannst du ein erstes Mal deiner Tasche einen eigenen Touch verleihen. In der Tasche befinden sich verschiedene Fäden, suche dir einen aus und knüpfe ihn an einem beliebigen Loch fest, dann spanne ihn zu einem weiteren beliebigen Loch.

Nach jedem abgeschlossenen Kapitel kannst du wieder einen Faden wählen und zwei beliebige Löcher verbinden. Am Ende ergibt sich eine Vernetzung all deiner neu gewonnenen Designkenntnisse.

