

Birgit & Martin Freyer
Hagelberger Straße 11
10965 Berlin

Fon: 0 30 / 45 49 03 00
Fax: 0 30 / 45 49 03 01
mail@bluepepper.de

www.bluepepper.de

Alles schön bunt - oder?

Die Farbgebung im Rahmen des Corporate Design erfolgt zweckgebunden. Die Farbe muss zu dem Unternehmen, zu der Dienstleistung, zu dem Produkt passen. Es wäre sicher geschäftsschädigend, im Logo eines Öko-Versandes eine Pflanze in einer giftigen oder schreienden Farbe darzustellen. Hier sind sanfte (Natur)Töne besser angebracht. Diese Farben harmonisieren mit dem Bild des Unternehmens nach außen.

Die Hausfarben

Die Farben eines Unternehmens tauchen durchgehend im Erscheinungsbild auf, angefangen beim Logo bis hin zu den Geschäftspapieren, zur Betriebskleidung, zum Messeauftritt und zur Internet-Präsentation.

Für die Hausschrift gelten die gleichen Grundsätze wie für die Hausfarbe. Hat man sich einmal für eine Schrift in einer bestimmten Farbe entschieden, wird sie auch konsequent eingesetzt, vom einfachen Autoaufkleber bis zur internen Kurzmitteilung.

Farbwirkung

Fast jede Farbe hat ihre positive und negative Bedeutung. Die Bedeutung hängt von der Kultur und der Geschichte ab und wird durch die Erfahrungen des Betrachters beeinflusst.

- Rot: Blut, Feuer, Macht, Liebe, Leben, Verbotenes, Luxus, Nähe, Dynamik. Sehr warm.
- Gelb: Sonne, Wärme, Gold. Signalfarbe, Neid, Geiz und Egoismus. Warm.
- Orange: Heiterkeit, Aufdringlichkeit, Energie, Sicherheit, Geselligkeit. Warm bis sehr warm.
- Blau: Himmel, Meer, Unendlichkeit, Ferne, Vernunft, Treue, Sehnsucht, Phantasie. Kühl bis kalt.
- Grün: Natur, Hoffnung, Willenskraft, Herbe, Frische, Gesundheit, Unreife. Aber auch: Giftgrün.
- Braun: Natur, Ausgereiftheit, Geschmack. Aber auch: Faulheit, Unerotisches. Warm.
- Schwarz: Nacht, Tod, Trauer, Unglück, Geistlichkeit. Kalt.
- Weiß: Wolken, Schnee, Reinheit, Unschuld, Leere, Stille, Göttliches, Brautkleid. Kühl bis kalt.