

Farben und Räume

Stephanie Schweidler

Der farblichen Gestaltung von Verkaufsräumen im Einzelhandel kommt eine zunehmende Bedeutung zu. Dies ist unter anderem dadurch zu begründen, dass immer mehr Kaufentscheidungen erst unmittelbar vor dem Einkauf im Verkaufsraum gefällt werden, eine Vermischung aus Versorgungs- und Erlebnishandel entsteht, der Verkaufsraum infolge Stellenabbau Aufgaben des Verkaufspersonals übernehmen muss, die Orientierung der Kunden durch die Ausweitung der Verkaufsfläche erschwert wird und die Differenzierung gegenüber der Konkurrenz, unter anderem wegen der uniformen werdenden Sortimente, immer schwerer wird.

Farben beeinflussen das Konsumentenverhalten stark. Durch eine gezielte Farbauswahl kann beispielsweise das emotionale Entscheidungsverhalten beeinflusst und Kauflust geschaffen werden, lassen sich Verbundkäufe fördern und wird der Umsatz von Artikeln mit hoher Handelsspanne gefördert. Ausserdem können Farben die Orientierung im Verkaufsraum verbessern und zur Profilierung einer Einkaufsstätte beitragen. Entscheidend sind insbesondere die Farben der Wände, Decken, Böden und Warenträger. Trotz der Relevanz der Farbgestaltung von Verkaufsräumen liegt kaum Literatur vor, die dieses komplexe Thema nur annähernd umfasst. Deshalb werden im folgenden die wichtigsten Aspekte anhand Angaben verschiedener Wissensgebiete zusammengetragen und verknüpft.

Bei der Farbwahl für einen Verkaufsraum sind mehrere Auswirkungen zu beachten. Betrachtet man nur die Wirkung von Farben alleine, treten bereits mehrere Aspekte auf. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Farben zwar von Mensch zu Mensch unterschiedlich wirken, aber trotzdem, insbesondere innerhalb desselben Kulturkreises und derselben Zeitperiode, beträchtliche Gemeinsamkeiten auftreten. Im folgenden werden solche Gemeinsamkeiten des europäischen und nordamerikanischen Raumes aufgezeigt. Bei der Verkaufsraumgestaltung ist zusätzlich die Wirkung von Farben auf die jeweilige Zielgruppe einzubeziehen.

Farben beeinflussen nicht nur die visuelle Wahrnehmung, sondern haben auch *biologische*, *symbolische* und *psychologische Auswirkungen*, die je nach ihrem Farbton, ihrer Helligkeit

und ihrer Sättigung¹ ganz unterschiedlich ausfallen. Die *biologische Wirkung* zeigt sich beispielsweise darin, dass warme Farben, wie Rot, Orange oder Gelb, erregend wirken und zu einer Steigerung der Atemfrequenz, des Herzschlags und des Blutdrucks führen, kühle Farben hingegen eine beruhigende Wirkung ausüben. Betrachtet man die *symbolische Wirkung* von Rot, treten beispielsweise Verbindungen zu Feuer, Blut und Liebe auf. Die *psychologische Wirkung* zeigt sich darin, dass Rot aktiv und erregend wirkt und in kürzester Zeit die grösste Aufmerksamkeit auf sich lenkt.

Die Anmutung einer Farbe ändert sich aber bei Kombination mit anderen Farben. Tritt Rot in Kombination mit Violett auf, wirkt es brutal und flackernd, in Kombination mit Gelb hingegen dynamisch und anregend.

Zudem erregen Farben auch andere Sinne als den visuellen, was als Synästhesie bezeichnet wird. Farben beeinflussen unter anderem den Gewichts-, Temperatur- und Geschmackssinn. Deshalb wird beispielsweise eine grüne Verpackung als schwerer eingeschätzt als eine weisse, hingegen leichter als eine schwarze. Und das Temperaturempfinden variiert je nach der Farbgestaltung eines Raumes um bis zu 6° Celsius.

Bisher wurde nur die Wirkung von Farben betrachtet. Bei der Betrachtung von Farben in Verkaufsräumen kommen aber zusätzliche Aspekte hinzu, denn Farben wirken je nach Farbträger verschieden. Die Wirkung eines roten Apfels ist anders als die eines roten Zimmers. Ebenso führt eine rote Decke zu anderen Reaktionen als eine rote Wand. Eine rote Decke wirkt schwer und beunruhigend, eine rote Wand hingegen als sich nähernd bis aggressiv. Die Wirkung von Farben im Raum verändert sich aber je nach genauem Farbton, Helligkeit und Sättigung. Orangetöne wirken beispielsweise nah, leuchtend, bejahend und können überwältigen, Rosatöne besitzen hingegen eine sympathische Grundstimmung, tendieren zum Kitsch, können einen romantisch-verspielten Stil unterstützen und werden mit einer süssen Geschmacksrichtung verbunden.

Neben der Farbe sind das *Licht*, das *Material* und die *architektonische Form* die entscheidenden visuellen Partner der Raumwahrnehmung. Das *Licht* ist der wichtigste Faktor der Farbwahrnehmung, da Farbe ohne Licht nicht existieren kann. Das Licht beeinflusst insbe-

¹ Der Farbton bestimmt die Benennung der Farbe, als Helligkeit wird der Vergleichswert zu einer Grauskala, die von Schwarz bis Weiss reicht, bezeichnet und unter der Sättigung versteht man die Intensität einer Farbe.

sondere aufgrund seiner Farbtemperatur (die Farbtemperatur gibt an, wie eine weisse Fläche erscheint, die mit diesem Licht bestrahlt wird) die Wahrnehmung von Farben entscheidend. Wird eine Orange mit einem blauen Licht bestrahlt, entsteht eine unappetitliche, gräuliche Farbe, durch ein gelbgrünes Licht verwandelt sie sich hingegen farblich in eine Zitrone. Ebenso werden durch die Beleuchtung die Farben der Decken, Böden, Wände und Warenträger verändert. Die Wirkung der Farbe wird aber auch massgeblich durch das *Material*, auf welches sie aufgetragen wird, beeinflusst. Braun lackiertes Holz wirkt beispielsweise anders als braun bemalter Beton. Und schliesslich besitzen nicht nur Farben, sondern auch *Raumformen* einen ganz speziellen Ausdruck. Farbe und Raumform können sich in Bezug auf ihre Anmutungsqualität gegenseitig steigern oder behindern. Farben beeinflussen zudem die Wahrnehmung der Raumproportionen. Hier nimmt die synästhetische Wirkung von Farben einen wichtigen Stellenwert ein. Farben im oberen Raumbereich werden hauptsächlich nach dem Gewichtsempfinden beurteilt, weshalb eine rote Decke einen Raum niedriger erscheinen lässt als eine weisse Decke. Allerdings ist hier auch die Farbe der Wände zu beachten: Eine Decke wirkt leichter, wenn ihre Farbe heller als die der angrenzenden Wände ist. Durch eine Decke, die dunkler als die Wände ist, wirkt der Raum hingegen niedriger. Die Farben von Wänden und Auslagen werden nach ihrer Temperaturwirkung beurteilt. Durch warme Farben wirkt eine Wand näher und der Raum somit kleiner, durch kühle Farbtöne lässt sich ein Raum hingegen optisch vergrössern. Allgemein gilt, dass ein Raum dann als natürlich empfunden wird, wenn der Boden die dunkelste und die Decke die hellste der verwendeten Farben aufweist.

Bei der Farbauswahl für Verkaufsräumen sind somit viele Aspekte zu beachten. Wie ein Raum letztlich wirkt, lässt sich allerdings nur schwer voraussagen, da die Wirklichkeit in allen Details praktisch unberechenbar ist. Durch die Beachtung der grundsätzlichen Auswirkungen von Farben lässt sich jedoch die Entscheidungsfindung vereinfachen.