

# Farbpsychologie

## FARBEN UND IHRE WIRKUNG IM BUSINESS

**Der erste Eindruck zählt. Er entscheidet darüber, ob wir einem Menschen aufmerksam zuhören und ihm unsere Zeit schenken. Schon Goethe wusste um die Macht und Kraft dieses ersten Moments: «Wie du kommst gegangen, so du wirst empfangen.» Wie Moneypennys mittels Farben einen positiven Eindruck hinterlassen, erklärt Stylistin und Farbcoach Milena Kyburz.**

Text: Milena Kyburz

Im Arbeitsumfeld ist es wichtig, dass wir einen positiven Eindruck bei unserem Gegenüber hinterlassen. Das hat nicht nur direkte Auswirkung auf die Zusammenarbeit, sondern auch auf unseren langfristigen beruflichen Erfolg. Wissenschaftler fanden heraus, dass das gesprochene Wort nur einen sehr geringen Teil der Kommunikation ausmacht, ganze 95 Prozent beim ersten Eindruck fallen auf visuelle Eindrücke. Entscheidend ist dabei die Körpersprache und nonverbale Kommunikation. Damit wird nicht nur die Gestik, Mimik und Körperhaltung bewertet, sondern auch die Kleidung.

Kleidung ist ein nonverbales Statement: Ein rotes Kleid erzielt eine andere Wirkung als beispielsweise ein dunkelgrauer Hosenanzug. Es geht nicht um besser oder schlechter, sondern darum, wie die Person dahinter wahrgenommen wird und welche Wirkungskraft sie auf ihr Gegenüber hat.

### Dominierende Farben

In der heutigen Geschäftswelt wird sehr sparsam mit Farben umgegangen; es herrscht Einheitlichkeit nicht nur bei Männern, sondern auch bei Frauen. Vorherrschende Farben sind immer noch Schwarz, Grau und Blau. Diese Farben haben sich etabliert, wirken seriös, vertrauenswürdig und kompetent.


Jedoch beobachte ich, selbst seit 2008 als Assistentin im Bankenbereich tätig, dass sich in den letzten zwei Jahren viel verändert hat bezüglich Businesskleidung. Sowohl Frauen als auch Männer sind mutiger gewor-

den: mehr Turnschuhe, weniger Krawatte und mehr Persönlichkeit, weniger Einheitlichkeit. Doch Farben werden immer noch sehr zurückhaltend eingesetzt. Warum ist das so? Weil wir vergessen haben, wie wichtig Farben als Kommunikationsmittel sind.

### Von der Wirkung von Farben

Öffnen wir die Augen, sehen wir Farben. Die ganze Welt ist voll davon: warme, sanfte, kühle, bunte, grelle, klare, laute, dumpfe, satte oder leuchtende. Wir sind umgeben von Farben und sie wirken unmittelbar auf uns. Eine grüne Landschaft wirkt auf uns beruhigend. Ein Blick in einen Garten steigert sogar das Wohlbefinden und die Gesundheit.

Reden wir über die Wirkung von Farben, tauchen wir in die Welt der Farbpsychologie ein. Sie beschäftigt sich mit der Wirkung von Farben auf das menschliche Verhalten und die Psyche und wird in vielen Bereichen erfolgreich eingesetzt, unter anderem im Marketing, in der Architektur, im Verkauf, im Design und in der Inneneinrichtung. Starten wir ein Farbexperiment: Wenn wir vor einer roten Ampel stehen, dann werden wir wohl nicht aufs Gaspedal drücken. Dass eine rote Ampel als Stoppzeichen verwendet wird, ist kein Zufall, sondern basiert auf Erkenntnissen der Farbpsychologie, denn beim Anblick von Rot steigt unser Puls und wir sind sofort hellwach. Ich selbst verbinde mit Rot Sinnlichkeit, aber auch Wut. Farben sind komplex, sie haben eine psychologische, symbolische, kulturelle, politische und traditionelle Wirkung. Unsere Farbexpertise bilden wir in der frühen Kindheit und vervollkommen sie ein Leben lang.

Deshalb der Tipp fürs Businessumfeld: Farben sind ein wichtiges Kommunikationsmittel. Die richtige Farbwahl und/oder Farbkombination erregt Aufmerksamkeit. Die Folge: Wir werden wahrgenommen und gehört. Menschen, die Farben tragen, sind zudem per se mutig und zeigen Persönlichkeit. Das kann sich positiv auf den beruflichen Erfolg auswirken. Denn gerade diesen Menschen trauen wir mehr zu und übergeben ihnen interessantere Aufgaben und Projekte. 

## Milena Kyburz

Milena Kyburz ist Stylistin und Farbcoach. Ihre Mission ist, Frauen die Freude an Mode zu vermitteln und die Wirkung und Kraft von Farben.

[milenakyburz.ch](http://milenakyburz.ch)

## FARBWIRKUNG IM BERUFSUMFELD

Durch den bewussten Einsatz von Farbe beim Styling kann man das Umfeld positiv beeinflussen und das eigene Wohlbefinden steigern. Im Berufsumfeld können Farben sogar strategisch eingesetzt werden.

### **SCHWARZ**

Symbolisiert Klarheit, Eleganz und Fokus. Die Farbe kann auch Distanz und Härte signalisieren. Schwarz sollte man wählen, wenn man sich abgrenzen möchte oder sich konzentrieren muss.

### **BLAU**

Blau im Businessumfeld vermittelt Vertrauen und Verlässlichkeit. Die Farbe wirkt beruhigend auf das Gegenüber. Zu viel Blau kann jedoch Kälte und Distanz vermitteln.

### **GRAU**

Diese Farbe wirkt fest und stabil. Grau ist eine emotionslose Farbe. Mit zu viel Grau wirkt man indes konservativ und langweilig.

### **ROT**

Wer Rot trägt, wirkt selbstbewusst und zielstrebig. Die Farbe sollte im Geschäftsumfeld allerdings dezent eingesetzt werden, da zu viel Rot das Gegenüber überfordert und schnell dominant wirken kann.

### **PINK**

Die Farbe Pink besitzt ähnliche Eigenschaften wie Rot, ist aber weniger aggressiv. Im Berufsumfeld ist Pink, gezielt eingesetzt, sehr kraftvoll.

### **WEISS**

Weiss wirkt rein und edel. Zu viel kann jedoch Distanz signalisieren. Weiss sollte immer mit einer anderen Farbe kombiniert werden. So wirkt man nahbarer.

### **ROSA**

Rosa verbindet die Eleganz von Weiss mit der Kraft von Rot. Rosa versprüht Herzlichkeit und ein Interesse an den Mitmenschen. Zu viel Rosa kann allerdings «unseriös» wirken.

### **GRÜN**

Grün wirkt beruhigend auf das Gegenüber. Die Farbe unterstützt, wenn man Harmoniebereitschaft und die Bereitschaft zu guter Zusammenarbeit signalisieren möchte.

### **BRAUN**

Brauntöne signalisieren Geborgenheit und Sicherheit. Braun ist nicht aufdringlich; die Farbe ist bodenständig und zuverlässig.

### **VIOLETT**

Die Farbe Violett kann für Individualität, Originalität und einen extravaganen Touch eingesetzt werden. Violett mit Grau wirkt edel und professionell.