



1 Bei längerer Betrachtung eines gesättigten Rot-Tons erhöht sich die Herz- und Atemfrequenz sowie der Blutdruck.

Die Farbe Rot – mehr als ein Blickfang

Die Farbe Rot weckt die unterschiedlichsten Assoziationen. Steht sie nun für Liebe, macht sie aggressiv oder warnt sie vor Gefahr? Grundsätzlich sind alle drei Varianten möglich – und noch viel mehr, denn »rot ist nicht gleich rot«. Unsere Autorin Annette Jahn geht der Wirkung von Farben auf den Grund – eine Fortsetzungsgeschichte.

Um zu verstehen, warum schon kleine Farbveränderungen große Unterschiede auf unsere Wahrnehmung ausüben können, ist es wichtig, ein paar grundsätzliche Dinge über das Erleben von Farbe zu wissen: Physiker sehen in einer Farbe lediglich einen äußeren Reiz von einer bestimmten Wellenlänge. Dieser Reiz führt im Körper zu einer biologischen Reaktion. Unabhängig vom optischen Eindruck beeinflussen Farben das vegetative Nervensystem. Diese »Körpersprache« der Farben ist rund um den Globus gleich, also international und unabhängig von Hautfarbe oder Kultur. Beispielsweise erhöhen sich bei längerer Betrachtung eines gesättigten Rot-Tons die Herz- und Atemfrequenz sowie der Blutdruck.

Für den Psychologen ist Farbe ein innerer Vorgang. Das heißt Farbe beziehungs-

weise das Farbempfinden ist nicht nur abhängig vom Reiz der Außenwelt, sondern auch von der Vorstellungskraft im Inneren, der Assoziation. Hier kann es nun durchaus auch kulturelle Unterschiede geben.

Ton und Reinheit entscheiden

Rot ist wahrscheinlich die erste Farbe, die ein Baby wahrnehmen kann. Rot stellt die erste vom menschlichen Auge wahrnehmbare Farbe im Regenbogen dar. Rot hat also etwas Ursprüngliches...

Die Gesamtwirkung einer jeden Farbe hängt natürlich auch ganz entscheidend vom Ton und von ihrer Reinheit ab. Ein Orangerot wirkt anders als ein Bordeauxrot. Ein Rot mit hoher Sättigung wirkt viel stärker als ein aufgehellter oder ein vergrauter Ton. Rot ist also nicht gleich Rot! Hier ist auch das persönliche Empfinden

bei allen Überlegungen zur Farbwahl von großer Bedeutung.

In der Gestaltung kommt es – eigentlich bei jedem Farbton – auf die richtige »Dosierung« an. Rot als Vollton auf großen Wandflächen wirkt dominant, ja aufdringlich. Es macht Räume enger. Aufgehellt oder vergraut wird es freundlich und warm. Doch Vorsicht vor zu viel Aufhellung mit Weiss! Es entsteht schnell ein süßliches Rosa...

Aktivierende Wirkung

Über einen roten Bodenbelag oder Teppich schreitet man gerne, er macht den Gang fester und selbstbewusster. Da Rot wie beschrieben den Stoffwechsel anregt, sollten Menschen die zu Unruhe und hohem Blutdruck tendieren, damit bei der Raumgestaltung sparsam umgehen. Umgekehrt kann Rot sich positiv

auswirken, wenn jemand häufig friert, müde oder antriebslos ist.

In den meisten Fällen wird kräftiges Rot wegen seiner aktivierenden Wirkung für die Gestaltung von Schlafräumen ungeeignet sein, denn es strahlt große Aktivität aus statt Ruhe und Entspannung. Dagegen ist es für Esszimmer durchaus zu empfehlen. Es ist kommunikativ und macht Appetit. Grundsätzlich hat fast jede Farbe eine »sympathische Seite« mit positiven Assoziationen und eine »unsympathische Seite« mit negativer Aussage.



Positive Assoziationen

- + Liebe – Leben – Temperament
- + Herz – Mund - Lippen
- + Wärme – Kraft – Energie - Dynamik
- + Rose – Kirschen – Wein

Sympathisch ist uns an Rot die (dunkel-)rote Rose, der gute Rotwein, rote Früchte, der rote Teppich, der (häufig) rote Vorhang im Theater, usw.

Von einem satten, warmen Rot geht Wärme und Behaglichkeit aus. Dynamik und Selbstbewusstsein dieser Farbe verleihen Kraft.



2 Rot stellt die erste vom menschlichen Auge wahrnehmbare Farbe im Regenbogen dar.

Negative Assoziationen

- Macht – Dominanz – Aggression
- Blut – Feuer – Gefahr
- Wut – Revolution – Krieg
- Verkehrszeichen – Verbote – Warnungen

Unsympathisch ist die Verbindung mit Aggression, Krieg und Blutvergießen. Im Alltag begegnet uns Rot oft im Zusammenhang mit Verboten und Warnungen. Das Stoppschild und viele andere Verkehrszeichen haben einen mehr oder weniger großen Anteil von Rot, »rote Zahlen« in der Bilanz, der Rotstift bei Korrekturen, usw. Das führt dazu, dass unser Gehirn darauf trainiert ist, bei Rot erhöhte Aufmerksamkeit walten zu lassen. Dieser Umstand schärft unseren Blick für Details, was wiederum positiv genutzt werden kann.

Die Farbe Rot in der Sprache

- der rote Faden = eine Struktur/ein Thema zieht sich durch etwas (zum Beispiel Vortrag)
- der rote Teppich = feierlicher Empfang
- das rote Tuch = eine Provokation
- Rot sehen = zornig sein
- rot werden = verlegen sein
- rote Zahlen = finanzielle Verluste

Der Maler Kandinsky sagte über Rot, es wirke »innerlich als eine sehr lebendige, lebhaft, unruhige Farbe, die aber nicht den leichtsinnigen Charakter des sich nach allen Seiten verbrauchenden Gelbs besitzt«.

Mit der Farbe Gelb befasst sich die nächste Folge dieser Serie.

Annette Jahn, Diplom-Gestalterin für Farbe und Raum (SAF)



3 Die Farbe Rot steht auch für Dynamik und Selbstbewusstsein.

Fotos: Pixabay.com