

Marketing mit Farben

Gelb wie der Frosch

Unter Verwendung künstlerischer Collagen von Thomas Schiefers
sowie Kompositionen und Farbporträts von Axel Venn

Inhalt

8	Vorworte	Prof. Siegfried Vögele, Prof. Dr. Jürgen Hesse
12	Kapitel 1 Farbfaszination	Farbe als Gestaltungsmittel
32	Kapitel 2 Farbnamen	Sprachspiele als Wettbewerbsfaktor
50	Kapitel 3 Farbordnungen	Spektren, Farbkreise und Farbkörper
62	Kapitel 4 Farbphysiologie	Von physikalischen Reizen und menschlichen Reaktionen
96	Kapitel 5 Farbpsychologie	Wie aus archetypischen Quellen Assoziationen, Synästhesien und Farbanmutungen werden
132	Kapitel 6 Farbsysteme	Farbregister und Farbordnungen für das Marketing
142	Kapitel 7 Farbästhetik	Auf der Suche nach schönen Farbkompositionen

158	Kapitel 8	Farbkompositionen	Ästhetische Hinweise zu den Prinzipien der Klarheit und des Kontrastes
180	Kapitel 9	Farbwelten	Ästhetische Hinweise zu den Prinzipien der Stimmung und der Assoziation
196	Kapitel 10	Farbtrends	Die (Er-)Findung von Zukunftsfarben
230	Kapitel 11	Farbwahl	Traditionen, Präferenzen und Entscheidungen
262	Kapitel 12	Farbmarketing	Mit Farbwürfen erfolgreich sein
278	Literaturverzeichnis		
283	Register		