

VERKAUFSPSYCHOLOGIE

FARBEN

FARBPSYCHOLOGIE FÜR NACHHALTIGE WEBSITES

DIE PSYCHOLOGISCHE WIRKUNG VON FARBEN
AUF DEINE KUNDEN!

VON FRANCESCO FARKAS



WARUM FARBEN SO WICHTIG SIND

Farben werden 60.000x schneller verarbeitet als Text!

Sie beeinflussen:

- erste Eindrücke (in 90 Sekunden)
- emotionale Reaktionen (bis zu 90% der Produktbewertung)
- Markenwahrnehmung (bis zu 80% der Markenerkennung)
- Kaufentscheidungen (bis zu 85% der Kaufentscheidungen)

Farben müssen Deine Werte authentisch widerspiegeln!



GRÜN: DIE FARBE DER NACHHALTIGKEIT

Psychologische Wirkung:

- Natur, Wachstum, Harmonie
- Erneuerung, Frische, Gesundheit
- Beruhigend, ausgleichend, hoffnungsvoll

Ideal für:

- Umweltschutz-Organisationen
- Bio-Lebensmittel
- Naturkosmetik
- nachhaltige Mode

Vorsicht: Zu viel kann als “Greenwashing” wahrgenommen werden. Bleib immer authentisch!



BLAU: DIE FARBE DES VERTRAUENS

Psychologische Wirkung:

- Vertrauen, Seriosität, Kompetenz
- Ruhe, Klarheit, Stabilität
- Wissenschaftlichkeit, Logik, Effizienz

Ideal für:

- Nachhaltige Technologien
- Wasseraufbereitung
- Erneuerbare Energien
- Nachhaltige Finanzprodukte

Tipp: Kombiniere Blau mit Grün für
“vertrauenswürdige Nachhaltigkeit!”



BRAUN: DIE FARBE DER ERDE

Psychologische Wirkung:

- Bodenständigkeit, Tradition, Natürlichkeit
- Wärme, Komfort, Zuverlässigkeit
- Organisch, unverfälscht, authentisch

Ideal für:

- Holzprodukte
- Naturmaterialien
- Traditionelles Handwerk
- Bio-Landwirtschaft

Tipp: Hellere Töne wirken freundlicher als dunklere.



ORANGE: DIE FARBE DER ENERGIE

Psychologische Wirkung:

- Enthusiasmus, Kreativität, Entschlossenheit
- Wärme, Freude, Optimismus
- Aufforderung zum Handeln, Dynamik

Ideal für:

- Call-to-Action Buttons
- Innovative Öko-Produkte
- Soziale Nachhaltigkeitsprojekte
- Community-Initiativen

Fallbeispiel: Ein Anbieter von Solaranlagen steigerte seine Klickrate um 35% alleine durch die Änderung der Farbe von Grün zu Orange.



DIE PERFEKTE FARBKOMBINATION FÜR NACHHALTIGE UNTERNEHMEN

Primärfarbe 60%:

- Grün für Nachhaltigkeit ODER
- Blau für Vertrauen

Sekundärfarbe 30%:

- Braun für Natürlichkeit ODER
- Grau für Seriösität

Akzentfarbe 10%:

- Orange für Call-to-Action
- Gelb für Optimismus



FARBPSYCHOLOGIE IN DER PRAXIS: 3 REGELN

1. Die 60-30-10 Regel: 60% Primärfarbe, 30% Sekundärfarbe und 10% Akzentfarbe
2. Die Kontrastregel: Dunkle Schrift auf hellem Grund für Lesbarkeit. Komplementärfarben für Aufmerksamkeit.
3. Die Konsistenzregel: Gleiche Farben für gleiche Funktionen (z.B. alle CTA in Orange)



A/B-TESTING IST GRUNDLEGENDE

Teste verschiedene Farbvarianten für:

- Call-to-Action Buttons
- Hintergrundfarben
- Überschriften
- Preisdarstellungen

Ein Online-Shop für recycelte Mode testete auf einer Landingpage den CTA einmal in Grün und in Orange.

24% mehr Klicks bei Orange.



VERKAUFSPSYCHOLOGIE

FARBEN

VON FRANCESCO FARKAS

TO DO:

1. ANALYSIERE DEINE AKTUELLE FARBPALETTE.
2. ÜBERPRÜFE, OB SIE DEINE WERTE WIDERSPIEGELT.
3. TESTE EINE NEUE FARBE FÜR DEINEN WICHTIGSTEN CTA

DU BENÖTIGST HILFE? DANN MELDE DICH UND WIR SEHEN UNS DAS ZUSAMMEN

