

Checkliste: Farben	mein Handlungsbedarf	OK √
1. Die Farben werden so ausgewählt, dass sie der Psyche der Kunden gerecht werden.		
2. Gelbe Farben werden eingesetzt, um Lebhaftigkeit auszudrücken.		
3. Blaue Farben werden benutzt, um eine beruhigende Wirkung zu erreichen.		
4. Grüne Farben werden zur Darstellung einer heiteren Ruhe verwendet (Gefühlston zwischen gelb und blau).		
5. Rote Farben werden gebraucht, um eine energische Kraft zu beschreiben.		
6. Mit Farbtönen in rosa, hellgrün, hellgrau, zartlila wird eine weiblich-kultivierte Ausstrahlung erreicht.		
7. Eine Farbe wird mit einer anderen Farbe in Verbindung gebracht, um eine lebhaftere Wirkung zu erzielen.		
8. Gelbe und blaue Farben werden zusammen eingesetzt, wenn ein großer Gefühlsunterschied angesprochen werden soll.		
9. Violette und blaue Farben werden verwendet, um eine Mischung aus ernster, unruhiger und sehrender Stimmung darzustellen.		
10. Gelb-rot-gelbe, gelb-rote und gelb-grüne Farben werden benutzt, um eine lebhafte Stimmung sowie Freude und Reichtum auszudrücken.		

Checkliste: Farben	mein Handlungsbedarf	OK √
11. Blaue, rot-blaue, blau-rote und blau-grüne Farben finden eine Verwendung, wenn eine weiche Stimmung und sehrende Empfindungen erzielt werden sollen.		
12. Es wird beachtet, dass die Farbwahl vom Alter der Zielgruppen abhängig gemacht wird.		
13. Frische Farben (z.B. grelle Neonfarben) werden bei jüngeren Kunden eingesetzt.		
14. Bunte, klare Farben werden bei Kindern bevorzugt.		
15. Gedämpfte Farben werden bei älteren Kunden verwendet.		
16. Es wird generell beachtet, dass die Farben zur jeweiligen Warengruppe passen.		
17. Grün-weiße Farben werden z.B. bei Lebensmitteln oder Reformwaren (wegen der frischen und naturverbundenen Wirkung) eingesetzt.		
18. Blau-weiße Farben werden z.B. in den Bereichen Hygiene und Sauberkeit verwendet.		
19. Blau-gelbe Farben werden z.B. in den Bereichen Freizeit, Sonne, Urlaub und Sport genutzt.		
20. Dunkelrote/dunkelblaue Farben werden z.B. bei festlichen Konfektionen, Juwelen oder Schmuck gebraucht.		
21. Dunkle Farben (schwarz, dunkelblau, anthrazit) werden als Kontrast zur Ware eingesetzt, damit die Farben stärker wirken.		
22. Messing-, Stahl- und Naturstein-Farben werden eingesetzt, um ein edles Image (Qualität) darzustellen.		

Checkliste: Farben	mein Handlungsbedarf	OK √
23. Farben mit großer Leuchtkraft werden verwendet, um erregende Gefühle auszulösen.		
24. Farben mit geringer Leuchtkraft werden benutzt, um den Gefühlston zu dämpfen und Ernst und Würde auszudrücken.		
25. Kalte Farben (Tendenz zu blau) werden zur Dämpfung und Beruhigung eingesetzt, da sie still, zurücktretend und sanft erscheinen.		
26. Bei warmen Farben (Tendenz zu gelb) wird beachtet, dass diese sich vordrängen und die Führung an sich reißen.		
27. Sehr lautstarke Farben werden möglichst wenig flächenmäßig und umfangreich eingesetzt. Beispiel: Bei einem intensiv roten Teppich darf grüne Farbe (als Ergänzungsfarbe) nur in zarten, hellen, differenzierten Pastelltönen eingesetzt werden.		
28. Es werden die Möglichkeiten genutzt, durch Farben die Deckenanlagen optisch herunterzuholen.		
29. Fußböden werden durch Farben optisch höhergesetzt.		
30. Wände werden durch Farben betont.		
31. Einrichtungsgegenstände werden durch Farben pointiert hervorgehoben.		
32. Enge Räume werden mit eher schwachen Farben versehen, da starke Farben den Raum optisch noch mehr einengen.		
33. Die Farb-Form-Wirkungen sind verschmelzend, um die Kunden möglichst stark anzusprechen.		

Checkliste: Farben	mein Handlungsbedarf	OK √
34. Die Wandflächen betonen mit Dessin, Struktur und Material die Raumfarbe, damit die Farbe primär bleibt und form- und raumbildend wirkt.		
35. Die Wandfarbe ist vorsichtig dosiert und wird zurückhaltend eingesetzt, da sie letztlich nur als Hintergrund der Ware dient und nicht ablenken soll.		
36. Weiße Wände werden dann vermieden, wenn sie nur übertriebene Sachlichkeit demonstrieren und das Auge ermüden.		
37. Insgesamt wird beachtet, dass die Farben zwar die Kunden stimulieren sollen, aber die Präsentation der Waren dabei nicht in den Hintergrund tritt.		