



De psychologie van kleuren.

"Mere colour, unspoiled by meaning, and unallied with definite form, can speak to the soul in a thousand different ways." – Oscar Wilde

"Alleen al kleur, onbedorven door betekenis en niet verbonden met een bepaalde vorm, kan op duizend verschillende manieren tot de ziel spreken." – Oscar Wilde

Wat is kleur?

Kleur is de interpretatie van je hersenen van de signalen die je ogen afgeven wanneer er licht binnenkomt. Daarom zie je ook geen kleuren als het donker is. In feite kunnen we alleen rood, groen en blauw licht detecteren met de staafjes en kegeltjes in onze ogen. Alle 17 miljoen kleuren die we zien is het resultaat van de wisselwerking tussen je ogen en hersenen.

Om het nog mooier te maken: kleur zorgt niet alleen voor een visuele prikkel, maar ook voor een emotionele ervaring. Kleur zorgt namelijk ook voor een fysiologische verandering in je lichaam. Kleur beïnvloedt hoe we denken, hoe we ons voelen en hoe we ons gedragen. Het is overigens wetenschappelijk bewezen dat niet iedereen dezelfde kleuren ziet.

Spend more time with color and
you will feel a difference. It can be
healing, uplifting, and increase
your intuitive awareness.
- Maitreya

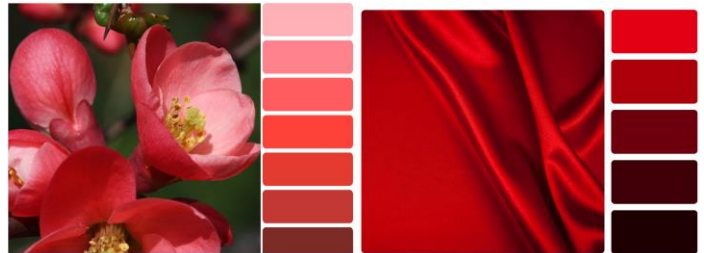
Rood



Rood is de kleur van opvallen. Het trekt snel je aandacht en is daarmee een ideale kleur voor bijvoorbeeld verkeerslichten en waarschuwingsborden.

Positief

- Warmte
- Opwinding
- Enthousiasme
- Kracht
- Energie
- Passie
- Geluk
- Moed



Ongunstig

- Agressie
- Dominantie
- Ongeduldig
- Provoceren
- Woede
- Ruzie
- gevaar



Van watermeloen- en aardbei-rood tot kersen- en helderrood. Bekende merken met de kleur rood zijn Coca-Cola, Virgin Group, Levi's of YouTube die je het gevoel van kracht en energie willen geven.



Roze



Roze is de kleur van zorgzaamheid of medeleven. Het wordt vaak in verband gebracht met vrouwelijkheid. De intensiteit van de kleur roze bepaalt grotendeels het gevoel dat er wordt opgeroepen. Bij een zachtere vorm, bijvoorbeeld baby roze, kan het een kalmerend effect teweeg brengen.

Positief

- Vrolijk
- Energie
- Koestering
- Kalmerend
- Liefde
- Zorg



Ongunstig

- Zwak
- Hulpeloos
- Behoeftig
- Kinderlijk

De kleur wordt vaak gebruikt om het onderwerp liefde aan te duiden. Er zijn vele tinten roze te omschrijven. Van huid roze en bubblegum kauwgom tot lila en magenta. Bekende merken met de kleur roze zijn Victoria Secret, Bakker Bart, T-Mobile en Cosmopolitan. Niet allemaal bedrijven die vrouwelijkheid willen overdragen, maar wel het gevoel van beleefdheid en benaderbaarheid willen overbrengen.



Geel



Geel is de kleur van de zon, de kleur die emoties oproept. Denk maar eens na hoe jij je voelt als de zon sinds lange tijd weer schijnt. Gebruik je echter een verkeerde tint geel, dan kan dit ook ongunstige effecten oproepen.

Positief

- Levenslust
- Plezier
- Geluk
- Zelfvertrouwen
- Creativiteit
- Bewustzijn
- Zelfexpressie
- Verstand
- energie



Ongunstig

- Irritatie
- Angst
- Overprikkeling
- Nervositeit
- jaloezie

Bekende merken met de kleur geel zijn Zwitsal, IKEA, McDonald's en DHL die het gevoel van positiviteit, plezier en energie willen geven.



Oranje



Oranje is de kleur van speelsheid. Ontstaan uit de warme combinatie van rood en geel. Oftewel een combinatie van fysieke en emotionele associaties. Een echte kleur voor kinderen zou je kunnen zeggen.

Positief

- Warm
- Vriendelijk
- Speelsheid
- Aantrekkingskracht
- Succes
- Aanmoediging
- Stimulatie
- Kracht
- uithoudingsvermogen



Ongunstig

- Goedkoop
- Kinderlijk
- Frivool

Voor elke kleur geldt dat de intensiteit invloed heeft op de psychologische eigenschappen. Pompoen, dieporanje en roedoranje zijn enkele tinten van deze kleur. Kijken we naar merken die deze kleur hoofdzakelijk gebruiken, dan moet je denken aan Fanta, Coolblue, Amazon en Nickelodeon. Stuk voor stuk bedrijven die gericht zijn op optimisme en vriendelijkheid.



Bruin



Bruin is de kleur van hout of aarde. Ook wel een donkere variant van oranje. Net zoals in een bruine kroeg geeft de kleur je het gevoel van warmte en gezelligheid.

Positief

- Veiligheid
- Betrouwbaarheid
- Behoudend
- Warmte en gezelligheid
- Saamhorigheid
- Ervaring
- Traditie
- standvastigheid



Ongunstig

- Saai
- Oubollig
- Duf en levenloos
- Koppig

Waar roze als vrouwelijk wordt gezien, is bruin een kleur die meer aan mannen wordt toegewezen. Goudbruin, beige, kastanjebruin, koperbruin en taupe geeft de variatie aan mogelijkheden weer voor bruin. Merken die bruin gebruiken willen een landelijk leven of ouderwets gevoel uitstralen en stellen je op je gemak. Voorbeelden: UPS, Ugg en Nespresso.



Blauw



Blauw is de kleur van de zee en lucht. Alles wat om ons heen is, als het ware. Voor velen ook betiteld als een lievelingskleur. Wordt de kleur blauw in een verkeerde context gebruikt, dan krijgt je brein direct een signaal van pas op. Denk maar eens aan blauwe kleuren op een product dat je eet. Schimmel!

Positief

- Logisch redeneren
- Intelligentie
- Vertrouwen
- Stabiliteit
- Loyaal
- Professionaliteit
- Veiligheid



Ongunstig

- Conservatief
- Kil
- Afstandelijk
- Zakelijk
- Status en macht



Er zijn vele tinten blauw te benoemen. Van marine- en hemelblauw tot turquoise en verkeersblauw. Merken die deze kleur dragen zijn veelal bedrijven in de IT en communicatie: Facebook, Skype, Linku, PayPal, maar ook Ford en Unilever. De oproep voor vertrouwen is hoofdzakelijk de achterliggende gedachte.



Groen



Groen is de kleur van ontwikkeling en staat voor leven, balans en harmonie. Betreed je een ruimte waar groen hoofdzakelijk de kleur bepaalt, krijg je direct een gevoel van rust, alsof je je buiten in de natuur waant.

Positief

- Genezing
- Vruchtbaarheid
- Vernieuwing
- Levendig
- Harmonie
- Veiligheid



Ongunstig

- Verveling
- Jaloezie
- Bederf
- Verval
- Naïviteit



De kleur groen kent veel variatie in tinten. Een korte opsomming: pistache, olijfgroen, mint, mos, erwt, salie, smaragd of turkooisgroen. Bedrijven die de kleur groen voeren zijn Starbucks, Heineken, Spotify, Greenpeace en Evernote.



Paars



Paars of violet is de kleur van luxe. Het weerspiegelt het gevoel met royaal, stijl, rijkdom en spiritualiteit. De kleur paars is eeuwenlang gebruikt door mensen die een elitaire status bekleedden.

Positief

- Opbeuren
- Creativiteit
- Luxe
- Comfort
- Wijsheid
- Spiritualiteit
- Mysterie
- magie



Ongunstig

- Introversie
- Minderwaardigheid
- Decadent
- Goedkoop
- kunstmatig

Lila, aubergine, lavendel en koninklijk paars zijn omschrijvingen die toebedeeld kunnen worden aan paars. Kijken we naar merken die deze kleur gebruiken in hun uitstraling dan gaat het om Yahoo, Andrélon, Milka en Premier League.



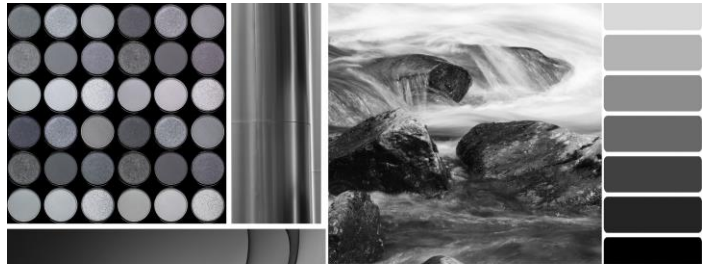
Grijs



Grijs is de kleur van zwart en wit. Een kleur met weinig tot geen positieve eigenschappen. Negatieve associaties komen bij deze kleur sneller aan het licht dan andere kleuren.

Positief

- Tijdloos
- Organisatie
- Strak
- Neutraal
- Zakelijk
- Erkenning



Ongunstig

- Verborgен
- Saai
- Onverschillig
- Neutraal
- Verlies
- Zakelijk
-



Een aanpassing in de tint kan voor een andere wending zorgen. Antraciet zie je namelijk veel vaker en is in combinatie met een andere kleur krachtig als er contrast is. Merken met de kleur grijs of zilver zijn Wikipedia, Mercedes-Benz en Nintendo Wii.



Wit



Wit is de kleur van zuiverheid en perfectie. Er zijn zoveel omschrijvingen van de kleur wit te bedenken en dat terwijl wit eigenlijk de afwezigheid van kleur vertegenwoordigt. Een neutrale kleur.

Positief

- Vrede
- Rust
- Helderheid
- Perfectie
- Hoop
- Voltooiing
- Geloof
- Puurheid



Ongunstig

- Koud
- Onverschillig
- Steriel
- Maagdelijkheid

Merken die wit adopteren als hoofdkleur zijn Apple, Calvin Klein en Zara.



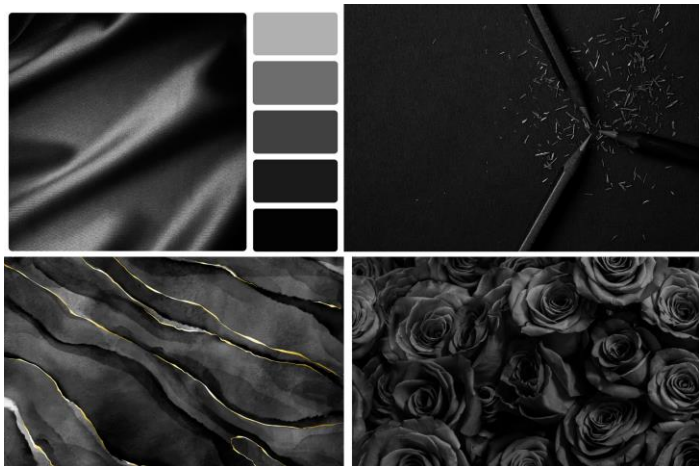
Zwart



Zwart is als kleur ontoegankelijk en kil. De donkerste kleur die er is en een kleur met veel verschillende eigenschappen.

Positief

- Glamour
- Elegant
- Autoriteit
- Degelijk
- Kracht
- Magie
- Transformatie
-



Ongunstig

- Bedreiging
- Angst
- Verstikking
- Duisternis
- Dominantie
- dood

Zwart kan een intimiderende associatie hebben die zowel positief als negatief ingezet kan worden afhankelijk van het gewenste effect. Uber, Under Armour, Juventus, Adidas en Schwarzkopf zijn merken die zwart als hoofdkleur gebruiken.