

EINE FARBE UND IHRE NEBENWIRKUNGEN

ICH MACH BLAU!

Blau steht für Jugend und Hoffnung, gilt als beruhigend, aber wirkt auf den Menschen meist kalt. Blau ist die Farbe des Meeres und steht oft für Sehnsucht, Ferne und Klarheit. Die Farbe Blau hat mannigfaltige Bedeutungen und wird vielfach genutzt. Wo und wie und wozu wird Blau in der Bildsprache genutzt? Antworten, interessante Informationen und Wissenswertes zur Farbe Blau in der Bilderwelt von Ute Jansing, Bildagentur Pitopia.



Foto: „Geschäftsmann mit Regenschirm“, Michael Steigele/Pitopia

Variationen in Blau

Blau ist der Deutschen Lieblingsfarbe und sogar weltweit sprechen sich die meisten Menschen für Blau als ihren Favoriten bei den Farben aus. Es gibt zwei blaue Grundfarben: Cyanblau und Violettblau. Die Nuancen Mittelblau, Azurblau, Hellblau, Kobaltblau, Ultramarinblau, Dunkelblau, Graublau, Grünblau, Violettblau, Cyanblau und Lichtblau zeigen, wie vielfältig sich Blau zeigen kann. Je nachdem, wie

viel Rotanteile ein Blau hat, desto eher sieht es violettblau aus.

Ist das Kunst oder kann das weg?

Ergebnisse menschlicher Tätigkeiten können Kunst sein. Durch Wissen, Ideen, Intuition, Übung oder Vorstellung Entwickeltes kann zur Kunst werden, wenn jemand es als solche bezeichnet. In der darstellenden Kunst kann etwas schon lange Dagewesenes zum Kunststob-

Ute Jansing
www.pitopia.de



jekt werden, wenn es jemand ganz neu sieht und sich der Fokus darauf von einer neuen Seite zeigt. Oftmals liegt davor ein kreativer Prozess und danach werden Betrachtungen von vorher Selbstverständlichem vollkommen neu überdacht. Heute ist IKB (International Klein Blue) von Yves Klein anerkannte Kunst. Als er vor 60 Jahren eine einfache blaue Fläche sozusagen zu Kunst erklärte und der Betrachtungsprozess von monochromen



Farbflächen neu entdeckt wurde, konnte niemand ahnen, dass diese Sicht- und Betrachtungsweise von Farben einmal eine so große Rolle spielen würde. „One-ment VI“ (blaues „Gemälde“ mit einem weißen Streifen in der Mitte) von Barnett Newman wurde vor einigen Jahren bei Sotheby's für eine Rekordsumme von 44 Millionen Euro verkauft – ein sehr teures Blau.

Blau machen und blau sein: Urlaub und Alkohol

Wer „blau macht“ hat zweierlei Möglichkeiten an Bedeutungen: Jemand hat keine Lust zu arbeiten und bleibt der Arbeit fern oder inzwischen hat „blau machen“ im positiven Sinn mit angenehmen und urlaubsmäßigen Aspekten zu tun. Blau machen steht hier für Wasser/Meer/Himmel und bedeutet an eine Urlaubsreise

Foto: „Blue Abstract“, Lukas Kaiser/Pitopia

denken. Dieser Freizeitgedanke hat sich erst in den letzten Jahrzehnten um den Bereich der Farbe Blau erweitert, vorher konnten sich nur wenige den Luxus Urlaub erlauben und nur die Wohlhabenden konnten sich das leisten. Viele Menschen machen besonders im Sommer Urlaub am Wasser, da es für sie Erholung und Erfrischung bedeutet.

„Blau sein“ dagegen steht für einen Zustand mit zu viel Alkohol im Blut. Essen und Trinken im Zusammenhang mit der Farbe Blau wird bei den meisten Menschen mit betrunken sein – blau sein assoziiert. Bei den Nahrungsmitteln hat Blau fast keine Bedeutung, denn es gibt kaum Lebensmittel mit blauem Farbton. Da das Auge mitisst und eher aktive und bunte Farben appetitanregender sind hat Blau hier eher eine negative Rolle. Ausnahmen bestätigen die Regel: Blue Curacao ist ein beliebter Cocktailbestandteil.

Farbwahl von Marken

Nivea ist blau, Milka ist lila und Telekom ist pink. Wer diese Farben sieht, denkt fast schon automatisch an die Firmen, die die Farbe zu ihrer Unternehmensfarbe gemacht haben. Das Nivea-Blau ist nicht nur ein Markenzeichen, sondern sogar eine geschützte Farbe. Beflügelt durch den Zeitgeist der zwanziger Jahre des letzten Jahrhunderts kreierte Nivea damals die sehr prägnante Blau-Optik. Die Wahl der Farbe wurde beeinflusst durch die damals wichtigen Schlagworte „Jugend“, „Sportlichkeit“ und „Freizeit“.



Foto: „Blau“, Daniel Werner/Pitopia



Heute weiß man durch Untersuchungen: Blau wirkt beruhigend und entspannend. Längeres Betrachten von Blau lässt angeblich die Atmung langsamer werden, Blutdruck und Puls sinken. Blau hat also in vielerlei Hinsicht eine positive Wirkung auf die Menschen. Kein Wunder also, dass Unternehmen sich dieses positiven Effektes bedienen. Auch eine bekannte Tankstellenmarke ist uns nur zu gut bekannt, die ein Blau als Markenfarbe gewählt hat.

Wenn die Hintergrundfarbe Blau ist, dann macht sich eine Komplementärfarbe sehr gut dazu, die Gegenfarbe von Blau ist Gelb.

Foto: „Blue Curacao Cocktail“, Markus Mainka/Pitopia

Wenn man mal eine etwas ungewöhnliche Betrachtungsweise heranzieht, was noch für die Farbe Blau spricht, dann kommt der Gedanke auf, dass sich kein Diktator der blauen Farbe bedient ... Blau steht also nicht für autoritär. Interessant ist, dass auch die Kirche sich nur sehr selten der Farbe Blau als Hauptfarbe bedient. Kein typischer Altar ist von Blau dominiert oder nur sehr wenige Kirchen haben eine blaue Außendarstellung. Witzigerweise sollte früher blaues Glas der Kirchenfenster oder blau umrandete Fenster in Kathedralen Böses abwehren oder Geister vertreiben.

Die blaue Stunde

Während der Dämmerung nach Sonnenuntergang und bevor die nächtliche Dunkelheit erreicht wird entstehen viele Foto-

sicherungen und ein Teil der Bankbranche bedienen sich gerne dieser Symbole. Sie möchten Vertrauen, Zusammenarbeit und Harmonie bis hin zu Freundschaft ausstrahlen. Seit kurzem geht der Trend ein wenig weg von diesem Businessblau hin zur natürlichen Darstellung. Wer sich traut, stellt sein Business in wärmeren, nicht blau geprägten Bildern dar. Auch auf die Gefahr hin, dann nicht mehr ein so starkes Sicherheitsgefühl auszustrahlen, dafür aber mehr Authentizität, was immer mehr in Mode kommt und gerade bei Ökothemen sehr an Bedeutung gewonnen hat und sehr wichtig ist.

Die Welt in blauer Farbe

Blau hat eine hohe symbolische Bedeutung für die Menschen. Natürlich ist Blau nicht immer gleich, abhängig von Emp-



grafien mit einer Blaufärbung – und sind bekannt unter dem Begriff „Blaue Stunde“. In dieser kurzen Zeitspanne besitzt der tiefblaue Himmel eine ähnliche Lichtstärke wie zum Beispiel das künstliche Licht von Straßenbeleuchtungen oder auch Gebäuden. Durch den schrägen Lichteinfall abends hat das Licht einen längeren Weg durch die Ozonschicht. Ozon absorbiert gelbes, oranges und rotes Licht stärker als blaues, so dass mehr blaues Licht zum Erdboden gelangt. Besonders Natur- und Reisebilder nutzen diesen Effekt und sind sehr beliebte Motive.

findungen, Tönungen, Licht und auch der Konditionierung und damit der Assoziation des Betrachters kann Blau stark variieren. Der Himmel ist blau und das Meer wird blau dargestellt, diese beiden Komponenten sind weltweit dominant und Basis für viel Leben auf der Erde. Die Natur stellt sich also blau dar. Im normalen Zustand hat die blaue Natur eine positive und friedliche Ausstrahlung. Blau ist in der Natur ein Signal für Ruhe und Ausgeglichenheit. Natur pur – die Welt in seiner schönsten Ausstrahlung – endlose Weite.

Treue und Sicherheit im Business

Im Bereich der Businessbilder fällt seit vielen Jahren eine sehr starke Blauprägung auf. Der Trend kam aus den USA nach Deutschland und hat sich durch den Verkauf von lizenzfreien Bildern, die massenhaft Verbreitung gefunden haben, extremst ausgebreitet und fast schon eine Übersättigung erreicht. Zwar wirken die Abbildungen von Menschen kühl und distanziert, aber sie strahlen auch Sicherheit, Behaglichkeit, Verlässlichkeit, Kompetenz, Stärke und Treue aus. Ver-



Foto: „Office“, Val Thoermer/Pitopia

Trendiges Weihnachten

Wie jedes Jahr zu Weihnachten steht die Frage nach der Farbgestaltung für den Weihnachtsbaum bevor. Früher ein No-



Foto: „Kreuzfahrtschiff passiert Mole von Warnemünde“, Horst Fischer/Pitopia

Foto: „Ein Traum in Türkis“, Barbara Neveu/Pitopia

Go, so ist heute auch in jedem Weihnachtsartikelgeschäft die Christbaumkugel und anderer Weihnachtsschmuck in Blau zu finden. Türkis ist modern. Und wer sich gegen die Tradition stellt, kommt den Trend nach und macht „in Blau“.

Foto: „Endlose Weite“, Chris Fischer/Pitopia

