

Hartmanns Farben-Fibel

Ein Viertelstündchen „Rot“

Wir beginnen mit einem kleinen Experiment:

Bitte Sie einmal 10 beliebige Menschen, Ihnen einige Farben zu nennen, und Sie werden hören, daß mindestens 5 oder 6 ihre Aufzählung mit **Rot** beginnen; Blau und Grün folgen meist erst an zweiter und dritter Stelle. Diese Reihenfolge ist kein Zufall, sondern Beweis dafür, daß Rot schlechthin als **die Farbe** bezeichnet werden kann. Der Grund liegt besonders darin, daß die nächstliegenden Farben Blau und Grün in der Natur viel mehr Verwendung finden und daher von den meisten nicht mehr so „farbig“ empfunden werden. Rot hingegen ist sozusagen die von der Natur auserwählte **Lockfarbe**, denn sie findet überall dort Verwendung, wo aus Zweckmäßigkeitsgründen etwas hervorgehoben werden muß: rot sind die Blüten, die das Insekt zur Bestäubung locken, und rot sind viele Früchte, die dem Tier Appetit zum Verspeisen machen sollen, damit der Samen in alle Winde gestreut werde.

Auch hier also erweist sich die Natur wieder als beste Lehrmeisterin für den graphisch Schaffenden: überall dort, wo z. B. eine Packung oder ein Prospekt aus der Masse herausgehoben werden soll, verwendet man das dem Beschauer entgegenflammende Rot. Nicht nur aber diese reine Aufmerksamkeitserregung ist es, die Rot so wichtig erscheinen läßt; hinzu kommt vor allen Dingen noch die gerade dem Rot eigene Kraft, in jedem Menschen bestimmte Eindrücke von **Lebenslust, Frische, Kraft, Wärme und Erregung** auszulösen. Man denke z. B. an das Abendrot oder an das Alpenglügen und an die Bewunderung, die diesen Naturscheinungen stets aufs neue gezollt wird. Roter Mund und rote Wangen gelten als Zeichen jugendlicher Frische und Kraft, rote Prunkgewänder sind das Sinnbild feierlicher **Pracht und Würde**. Schon diese wenigen Beispiele sagen, daß Rot in der Graphik nicht nur als prosaischer Blickfang gewertet werden darf, sondern daß gerade diese Farbe an erster Stelle dazu berufen ist, den Druckarbeiten **Charakter und überzeugendes Leben** zu verleihen. Ein Katalog für Heizkörper z. B. erhält durch Rot die erwünschte **warme Note** und bereitet so eine gewisse behagliche Stimmung vor; man fühlt sozusagen unter der suggestiven Wirkung von Rot die wärmeausstrahlende Kraft der angebotenen Heizkörper. Oder, ein Werbeblatt für Hautcreme löst mit geschickter Unterstützung von Rot die werbende Vorstellung: **„Jung und frisch“** aus und erweckt so schon rein gefühlsmäßig Vertrauen zur Güte der angebotenen Ware. In zahllosen Fällen der Praxis können ähnlich gute Gedankenverbindungen durch Rot gefunden werden.

Jede wirklich gute Lösung wird ihren schönsten Lohn im Erfolg der werbenden Druckarbeit finden.

Zu den beliebtesten roten Farben

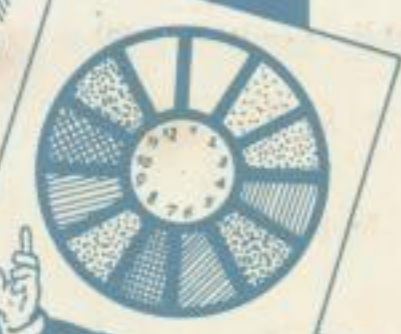
zählt besonders auch **Concentra-Echrot 2160** (siehe auch Vorderseite). Diese leuchtende Farbe vereinigt alle eben erwähnten guten Charaktereigenschaften von Rot mit der für den Drucker wichtigen Eigenschaft guter Verdruckbarkeit. Deshalb gehört Concentra-Echrot 2160 zu den erfolgreichen Spitzenfarben, die stets griffbereit im Farbenschrank stehen müssen.



DRUCKFARBEN-FABRIKEN
HALLE-AMMENDORF
GEBR. HARTMANN



Harmonie-Farbenkreis



Hartmanns
Farbenbücherei



Hartmanns
Farbenklänge



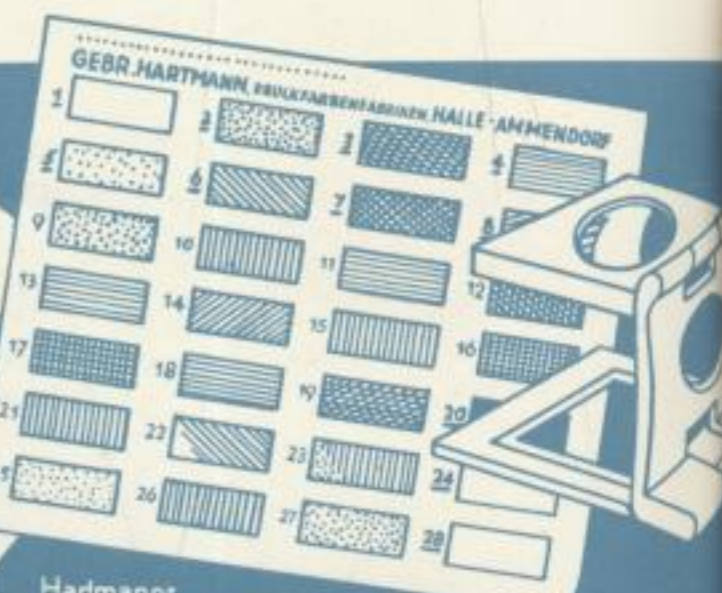
Hartmanns
Farbrille



Hartmanns Farbkreis



Hartmanns Serienpostkarten



Hartmanns
Farben-Mischtafel

BPTG