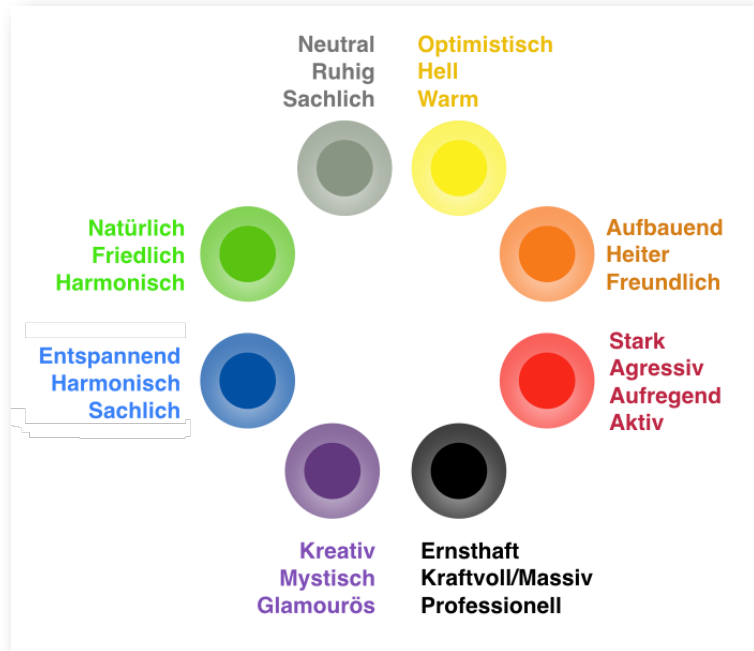


Verschiedenen Farben werden unterschiedliche emotionale Wirkungen zugeordnet wie im nebenstehenden Schema zu sehen.



Farbe als codierendes Element

Wenn Sie Elementen unterschiedlicher Bereiche verschiedene Farben zuordnen (z. B. jeweils eigene Farben für unterschiedliche fotografische Genres: Blau für Reportage, Orange für Porträt, Grün für Reise), so kann der Nutzer sich anhand dieser Farbcodierung innerhalb der Website bzw. Präsentation zurechtfinden. Beispielsweise können die Menüpunkte jeweils mit der codierenden Farbe unterlegt oder die Schrift passend eingefärbt werden (siehe S. 159). Wird dann ein Menüpunkt aufgerufen, so kann die Bereichsfarbe für Headlines und Subheadlines sowie grafische Elemente und Buttons eingesetzt werden, um dem Nutzer zu zeigen, in welchem Bereich der Website oder Präsentation er sich gerade befindet.

Farbe als strukturierendes Element

Wenn Sie Farbe als strukturgebendes Element einsetzen, können Sie beispielsweise unterschiedliche Regionen Ihrer Präsentation oder Webseite farbig hervorheben, etwa indem Sie den Navigationsbereich farbig unterlegen. Damit wenden Sie zugleich das Gesetz der gemeinsamen Region an.

Denkbar ist auch, dass Sie Texte strukturieren, indem Sie Headlines und Subheadlines jeweils farbig darstellen. Farbe kann aber auch struk-

turierend eingesetzt werden, um alle interaktiven Elemente hervorzuheben. Je wichtiger ein Element ist, umso kräftiger darf die Farbe sein.

Setzen Sie Farbe sparsam und geschickt ein, sodass sie dem Besucher und Betrachter zu einer besseren Nutzbarkeit verhilft, und nicht bloß um ihrer selbst willen als dekoratives Element. Farbe sollte ästhetisch ansprechend und nutzbringend zugleich eingesetzt werden.

Beispiele, wie Farbe codierend und strukturierend eingesetzt werden kann, sehen Sie auf der Seite 175.

Welche Farbe ist die richtige?

Die Wahl der richtigen Farbe ist letzten Endes natürlich Geschmacksache. Jeder Farbe werden unterschiedliche Eigenschaften zugeschrieben, und viele Menschen teilen diese Wahrnehmung von Farben, doch wissenschaftlich fundiert sind diese Bezüge nicht und variieren sowohl in unterschiedlichen Kulturkreisen als auch innerhalb der verschiedenen Geschlechter und Altersgruppen.

Des Weiteren wirkt natürlich ein strahlend helles Blau ganz anders als ein gedecktes dunkles Blau, und dieses wiederum anders als ein abgetöntes Blaugrau, sodass man nicht von einer generellen Wirkung der Farbe »Blau« sprechen kann. Wenn nun also laut Untersuchungen Männer und auch Frauen die Farbe Blau als ihre Lieblingsfarbe angeben, lässt sich daraus nicht ableiten, welches Blau es denn nun genau ist, das am besten ankommt. Und auch nicht, ob Ihre Webseite erfolgreicher sein wird, wenn Sie Blau als Hauptfarbe einsetzen, statt sich für Grün zu entscheiden.

Orange soll übrigens zusammen mit Braun zu den unbeliebtesten Farben zählen – und wird trotzdem häufig sehr ansprechend und überzeugend als Akzentfarbe auf Websites und in Präsentationen eingesetzt. Da Orange zu den wärmsten Farben im Farbkreis gehört, drängt es nämlich optisch in den Vordergrund und kann daher sehr zielführend für Interaktionselemente eingesetzt werden.

Aller »Unwissenschaftlichkeit« zum Trotz sehen Sie anhand der Abbildung auf Seite 162, welche Eigenschaften in unserem Kulturkreis häufig mit den unterschiedlichen Farben verbunden werden. Diese Übersicht soll Ihnen einen Einstieg in die Welt der Farben ermöglichen und die Wahl der passenden Farbe(n) ein wenig erleichtern.

Verschiedene Varianten einer Farbe und andere Sättigungsgrade können übrigens eine komplett unterschiedlicher Farbwirkung erzielen. Ein extrem abgedunkeltes Grün wirkt wesentlich tiefgründiger und ernsthafter als ein zartes Gelbgrün, das sehr heiter und fröhlich daherkommen kann.

Wenn Sie Farben für das Navigationsmenü einsetzen wollen, denken Sie daran, dass das Menü in der Regel immer sichtbar ist und sich

Verschiedene Grüntöne mit unterschiedlichem Helligkeitswert. Während die Verwendung heller Farbtöne für Flächen kein Problem darstellt, sehen Sie, dass Schrift, die in hellen Farbtönen gesetzt wurde, auf weißem Hintergrund schwer lesbar ist.

Wenn Sie Text auf farbige Flächen setzen möchten, müssen Sie auf ausreichenden Kontrast achten, damit der Text lesbar bleibt. Bedenken Sie, dass sich besonders bei der Darstellung auf Bildschirmen zu geringe Kontraste negativ auf die Lesbarkeit auswirken.

Testen Sie Ihre geplanten Farbzusammenstellungen am besten einmal bei hellem Tageslicht auf einem Tablet im Freien und verwenden Sie Tools, die bei der Überprüfung der Kontraste helfen.

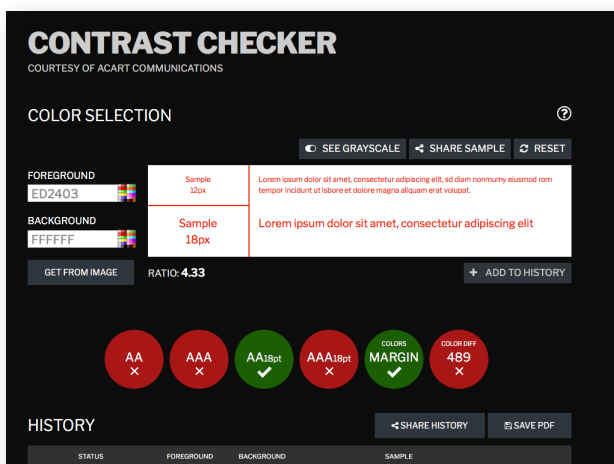


die Menüfarben in der Regel auch nicht von Seite zu Seite ändern, während sich die angezeigten Fotos durch das Navigieren permanent ändern. Daher sollten die Menüfarben möglichst auf Ihr gesamtes fotografisches Werk abgestimmt sein. Arbeiten Sie vorwiegend in Schwarzweiß, ist das kein großes Problem. Und auch wenn Ihre Fotos durchgängig eine gemeinsame Grundtönung haben, weil Sie vielleicht an einem sehr homogenen Themenkomplex arbeiten, kann es relativ leicht sein, eine durchgängig harmonische Menüfarbe festzulegen.

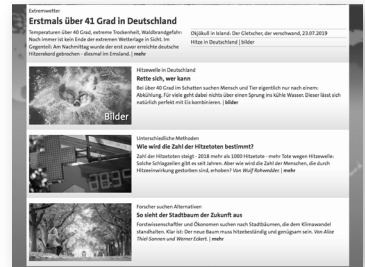
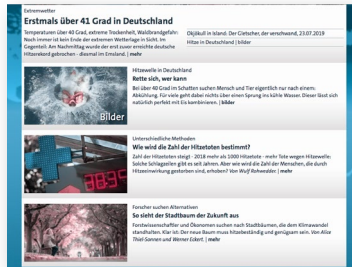
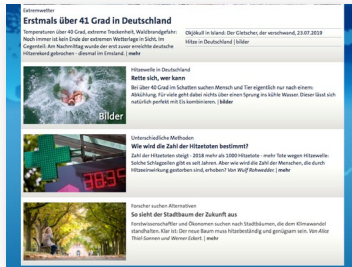
Sollte beides nicht der Fall sein, rate ich zu eher neutralen und gebrochenen Farbtönen bei allen Elementen, die auf jeder Seite eingesetzt werden. So vermeiden Sie mögliche Disharmonien. Schwarz und Grau sind neutrale Farben, die eigentlich immer passen, mit Grau abgetönte Farben harmonisieren auch besser mit anderen Farben als leuchtende und stark gesättigte Farben.

Kontrast und Lesbarkeit

Wenn Sie farbige Elemente wie Buttons gestalten, oder wenn Sie farbige Schrift einsetzen, ist es wichtig, dass Sie immer für eine gute Lesbarkeit sorgen. Praktisch bedeutet dies, dass der Kontrast zwischen dem Button und seinem Hintergrund sowie zwischen Text- und Hintergrundfarbe ausreichend hoch sein muss, damit die Elemente und Texte gut erkennbar sind. In diesem Zusammenhang ist der sogenannte Grauwert einer Farbe ein wichtiger Indikator. Der Grauwert einer Farbe besagt, wie hell oder dunkel die Farbe erscheinen würde, wenn man sie komplett entsättigte. Nur wenn die Grauwerte untereinander einen ausreichend hohen Kontrast aufweisen, ist ein farbiger Text vor seinem Hintergrund gut lesbar und hebt sich ein farbiger Button auf einem Foto oder einer Farbfläche ausreichend ab.



Das Online-Tool Contrast Checker bewertet die Lesbarkeit von farbigem Text auf farbigen Hintergründen (natürlich dürfen Sie den Hintergrund auch auf Weiß oder Schwarz einstellen wie im gezeigten Beispiel). Im abgebildeten Beispiel wäre die Schrift mit weniger als 12 Punkt Größe nicht ausreichend lesbar, mit mehr als 18 Punkt Größe eingeschränkt. Für Menschen mit Farbfehlsichtigkeit wäre diese Farbzusammenstellung nur bedingt lesbar.



Denken Sie dabei auch daran, dass viele Nutzer Websites und interaktive Präsentationen auf Tablets oder Smartphones anschauen und sich dabei auch im Freien aufhalten, sodass Reflexionen die Lesbarkeit am Bildschirm zusätzlich erschweren können. Für Fließtext auf Webseiten und in E-Portfolios rate ich Ihnen grundsätzlich zu schwarzer Schrift oder zumindest sehr dunklen Farbtönen. Graue Schrift sieht hochwertig aus, lässt jedoch häufig in puncto Lesbarkeit zu wünschen übrig. Der beste Text nützt Ihnen nichts, wenn er kaum zu entziffern ist. Es ist dann fast so, als wäre er nicht vorhanden.

Zugänglichkeit

Bedenken Sie bei der Farbwahl, dass viele Menschen unter Farbfehlsichtigkeiten leiden, sodass einige Ihrer Nutzer Farben anders wahrnehmen als von Ihnen geplant.

Ein gutes Vorgehen ist es daher, sich das geplante Design auch einmal in Graustufen anzuschauen oder mithilfe von Tools anzeigen zu lassen, wie Ihr Design für Menschen mit Farbfehlsichtigkeit erscheint: Sind die Links dann immer noch gut erkennbar? Heben sich Navigations-elemente ausreichend vom Hintergrund ab? Sind abgetönte Schriften gut erkennbar? Das Tool *Color Oracle*, das Sie unter colororacle.org auf Ihren Rechner herunterladen können, zeigt die Inhalte Ihres PC-Bildschirms, wie sie Menschen mit Farbfehlsichtigkeiten (Deuteranopia, Protanopia und Tritanopia) wahrnehmen, dazu gibt es auch eine Einstellung, um die Inhalte in Graustufen anzuzeigen – so lässt sich auch der Kontrast mithilfe des Grauwerts gut bewerten.

Beim Online-Tool *Contrast Checker*, das Sie unter der Webadresse contrastchecker.com aufrufen können, lässt sich ein Farbwert für eine Schrift und eine Hintergrundfarbe eingeben und man erhält dann Informationen zur Lesbarkeit für Texte verschiedener Größen.

Außerdem können Sie direkt online ein Bild hochladen, aus dem Sie zwei Farben (Schriftfarbe und Hintergrundfarbe) extrahieren können, um anschließend Informationen zur Lesbarkeit und zur Zugänglichkeit für Menschen mit Farbfehlsichtigkeiten angezeigt zu bekommen.

Mithilfe der Software *Color Oracle* können Sie sehen, wie eine Website für Nutzer mit der Farbfehlsichtigkeit Tritanopia oder in Graustufen aussieht, hier am Beispiel der Tagesschau-Website.

Ein weiterer nicht zu vernachlässigender Punkt ist auch, dass viele Menschen heute Websites unterwegs auf (kleinen) mobilen Ausgabegeräten wie Smartphones und Tablets aufrufen. Daher gilt es zu beachten, dass Inhalte auch bei sehr ungünstigen Lichtverhältnissen zugänglich bleiben sollen. Schriften, die in hellen Farbtönen eingefärbt sind, können beispielsweise bei strahlendem Sonnenlicht auf reflektierenden Smartphone-Displays sehr schwer lesbar sein. Testen Sie daher Ihre Layouts nicht nur zuhause am Arbeitsplatz mit besten Lichtverhältnissen, sondern auch, ob alles noch gut erkennbar ist, wenn Sie im Freien mit einem Smartphone auf die Website zugreifen.

Farbwahl-Tools

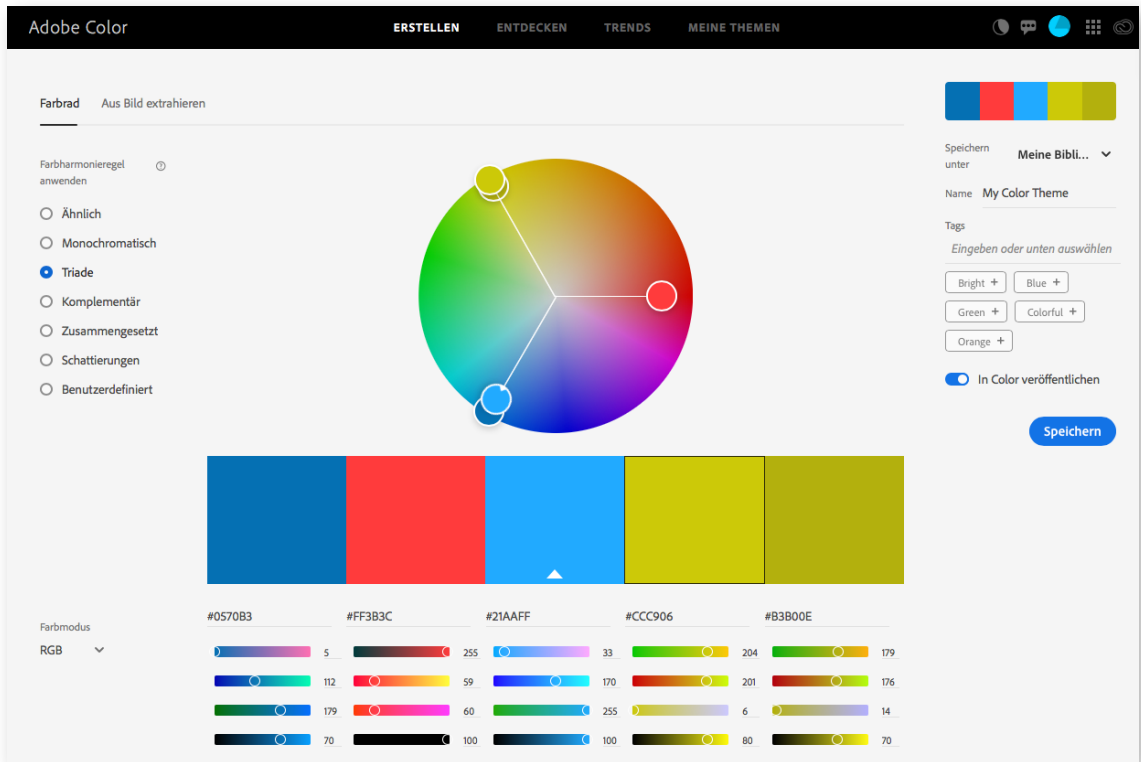
Wenn Sie unsicher sind, was das Zusammenstellen von Farbklangen (einen Farbklang nennt man die Kombination mehrerer Farben) angeht, können Sie auf verschiedene Online-Tools zurückgreifen, die Ihnen die Auswahl erleichtern. Einige davon möchte ich im Folgenden mit ihren besonderen Vorzügen kurz vorstellen. Am Ende des Abschnitts zum Thema Farben gebe ich zudem noch eine kleine Übersicht über Farbkontraste und Tipps, die ich im Zusammenhang mit dem Buchthema für besonders hilfreich halte.

Adobe Color

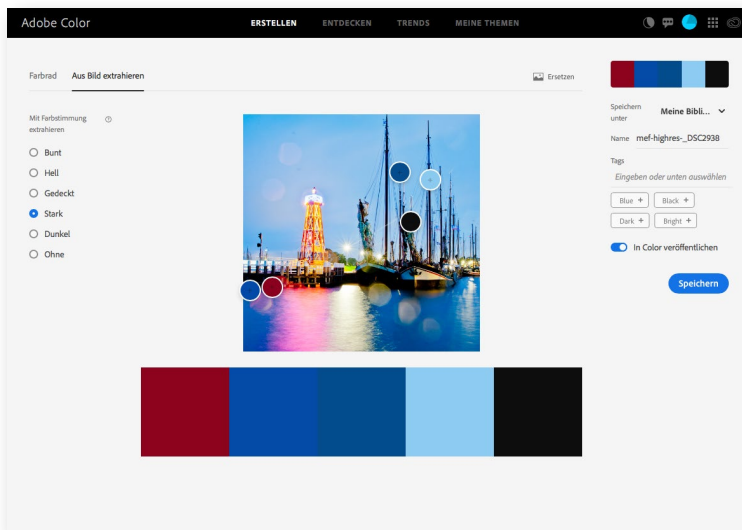
Das Tool Adobe Color ist Teil der Creative Cloud, das heißt, als Abonnent haben Sie automatisch Zugriff darauf, doch Sie können es (zumindest derzeit) auch dann kostenfrei nutzen, wenn Sie die Adobe Cloud nicht abonniert haben. Das Einzige, was Sie dazu benötigen, ist ein kostenfreier Account bei Adobe.

Adobe Color können Sie einsetzen, um Farbklänge auf Basis verschiedener Farbharmonien zusammenzustellen. Beispielsweise lassen sich Farben wählen, die im Farbkreis nah beieinanderliegen, um so einen harmonischen Farbklang zu erzielen, oder Sie entscheiden sich für eine monochromatische Farbzusammenstellung, bei der Sie eine Grundfarbe auswählen und dazu verschiedene Tönungen dieser Farbe mit Schwarz oder Weiß. Wenn Sie es gerne etwas bunter mögen, können Sie sich auch eine Triade zusammenstellen lassen (drei Farben, die im Farbkreis im gleichen Winkel auseinanderliegen).

Oder Sie laden ein Foto hoch und lassen sich basierend auf dessen Farben eine Farbharmonie erstellen. Zusätzlich lässt sich festlegen, ob Sie lieber eine bunte, eine gedeckte oder eine helle Farbstimmung auf Basis der Bildfarben bevorzugen.

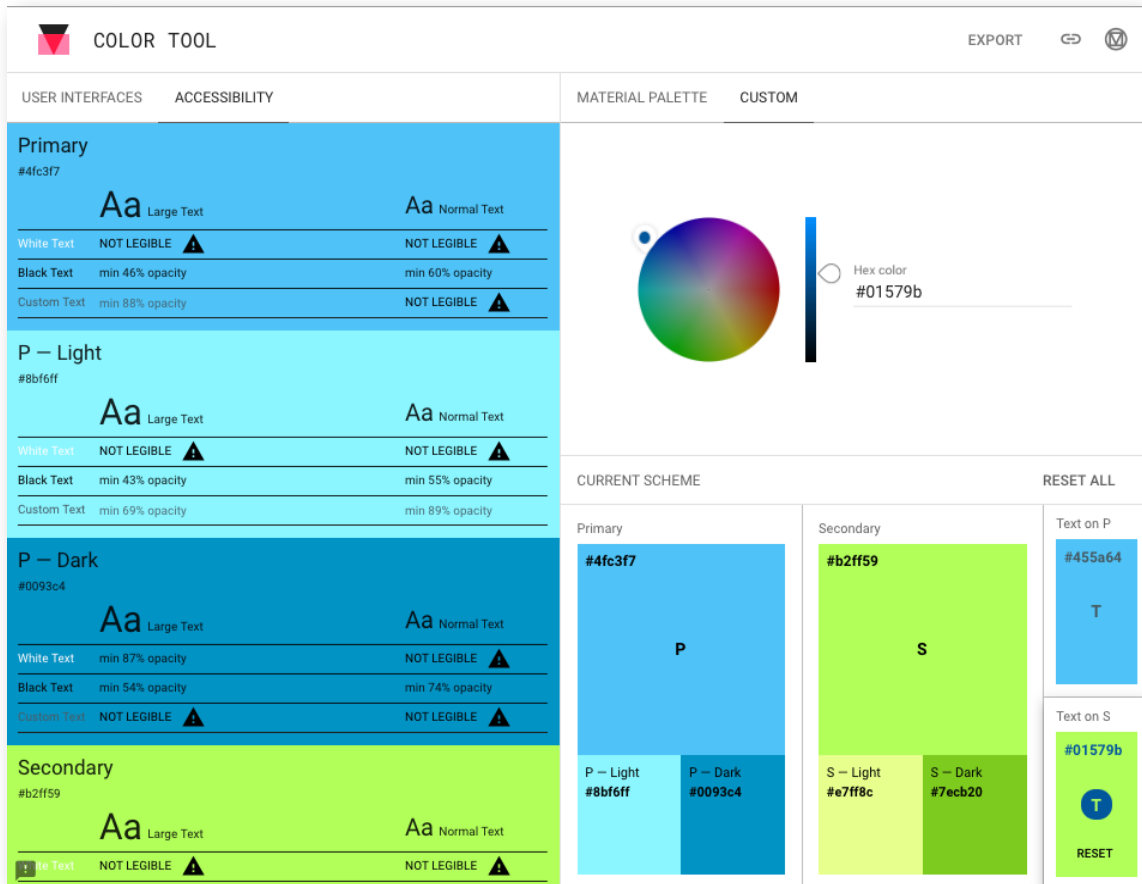


1



2

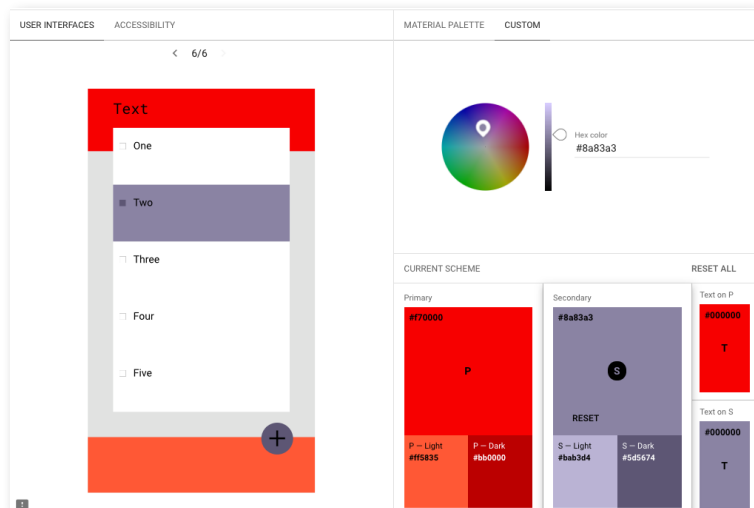
Mit dem Adobe Color Tool können Sie Farben aus Fotos extrahieren ¹, was praktisch ist, wenn Ihre Fotos eine durchgängig ähnliche Farbstimung haben. Ansonsten bietet es sich an, mithilfe des Farbrads eine Auswahl nach Farbharmonien vorzunehmen ². Die Grundfarbe legen Sie dabei nach Ihren Wünschen fest. Eine ausführliche Beschreibung des Tools finden Sie im Kapitel 2, S. 141.



1

1 Color Tool von Material Design. Zwei Farben wurden als Primär- und Sekundärfarbe ausgewählt, dazu zwei Schriftfarben. Das Color Tool von Material Design zeigt zu den beiden gewählten Farben jeweils noch einen helleren und einen dunkleren Farbton an und informiert Sie, wie gut der Text auf den Farbflächen lesbar ist.

2 Unter dem Menüpunkt »User Interfaces« sehen Sie, wie die Anmutung der gewählten Farben im Zusammenspiel auf verschiedenen Screens aussieht.



2

Grundsätzlich empfehlenswert ist das Tool, wenn Sie selbst unsicher sind, was die Farbwahl betrifft. Und auch wenn Ihnen Adobe Color nur Anhaltspunkte liefert und die Feinarbeit, die Gewichtung der Farben, letztlich bei Ihnen liegt, kann es Ihnen doch für den Einstieg etwas Sicherheit geben.

Color Tool von Material Design

Passend zur Designsprache Material Design von Google gibt es auch ein kostenloses Farb-Tool, dessen Stärke darauf beruht, dass es Ihnen anzeigt, wie gut lesbar Texte in unterschiedlichen Farben auf farbigen Flächen sind. Es ist damit bestens geeignet, um die Zugänglichkeit der Farbpalette zu testen.

Dabei haben Sie die Wahl zwischen den Farben, die Ihnen vom Programm vorgeschlagen werden (Material Color Palette) und Ihren eigenen Farben (Custom).

Nachdem Sie eine Primär- und eine Sekundärfarbe festgelegt haben, zeigt Ihnen das Tool an, ob schwarzer und weißer Text auf den Farbflächen lesbar sind beziehungsweise welcher Opazitätsgrad mindestens notwendig ist, damit der Text lesbar ist. Des Weiteren können Sie auch noch eine gewünschte Textfarbe festlegen und das Color Tool zeigt Ihnen an, wie gut dieser farbige Text auf Farbflächen in den Hauptdesignfarben lesbar sein wird.

Dass Sie mit dem Color Tool nur zwei Farben zusammenstellen können, tut der Sache in meinen Augen keinen Abbruch, denn ich rate sowieso dazu, Farben eher sparsam zu verwenden.

Das Color Tool finden Sie unter der folgenden Webadresse: <https://material.io/resources/color>

Farbtemperaturen und Farbkontraste

Farben lassen sich in warme und kalte Farben einteilen – wir schreiben ihnen Farbtemperaturen zu.

Als warme Farben gelten diejenigen, die im Spektrum zwischen Gelb bis Violett erscheinen. Sie stehen ganz allgemein für Sonne, Feuer und Bewegung. Sie wirken anregend, leidenschaftlich und positiv.

Kalte Farben reichen im Spektrum von Grün bis Blau und gelten als verhaltener, weniger »aktiv« als warme Farben. Sie wirken beruhigend, harmonisch und entspannend. Sie scheinen eher in den Hintergrund zu treten, während uns warme Farben den Eindruck vermitteln, in den Vordergrund zu drängen.

In der linken Reihe sehen Sie warme Farben von Gelb über Orange bis hin zu Rot und Violett. Diese Farben scheinen nach vorn zu drängen.

Die rechte Reihe zeigt das Spektrum der kalten Farben von Grün über Blaugrün bis zu tiefem Blau. Kalte Farben scheinen optisch in den Hintergrund zu treten, Sie eignen sich daher auch besonders gut für Hintergründe.

