passen in den Text. ... nur einmal verwenden. Nicht alle Wörter

Farben in der Werbung

Wie heißt es so schön: „Das Auge isst mit."? Genauso richtig ist aber auch: „Das Auge kauft mit." Werbepsychologen (1) _____ sich größte Mühe, dies bei der Gestaltung von Verpackungen zu nutzen. (2) _____ spielen Farben eine wichtige Rolle. In jedem Supermarkt stehen Tausende von Artikeln (3) _____ den Regalen, die wir im Vorbeigehen nur flüchtig ansehen. Die Verpackung der Produkte muss also eine (4) _____ Signalwirkung haben, um die Aufmerksamkeit und das Interesse der Kunden (5) _____ gewinnen. Schließlich sollen die Produkte gekauft (6) _____. Wenn ein Käufer das Produkt einmal gekauft hat und seine Erfahrungen (7) _____ gemacht hat, spielt das Aussehen nur noch eine untergeordnete Rolle.

Im Lebensmittelbereich finden sich viele warme Farben. Die Betrachtung der Farben Gelb und Rot kann die Geschmacksnerven so anregen, dass sich die Speichelbildung erhöht. Den Farbpsychologen zufolge sollen wir bereits beim Anblick von Gelb, Orange und Rot (8) _____ bekommen. Deswegen ist es kein (9) _____, dass sich diese Farben in den Logos und im Produktdesign von Firmen wiederfinden, die Lebensmittel verkaufen.

Bei Hygiene und Reinigung herrschen dagegen kühle Farben vor: Grün, Weiß und Blau. Das verbinden die meisten Kunden mit Frische und Sauberkeit. Diese Farben (10) _____ meistens nicht nur die Verpackung, sondern auch das Produkt selbst hat diese Farbe, z. B. Waschpulver.