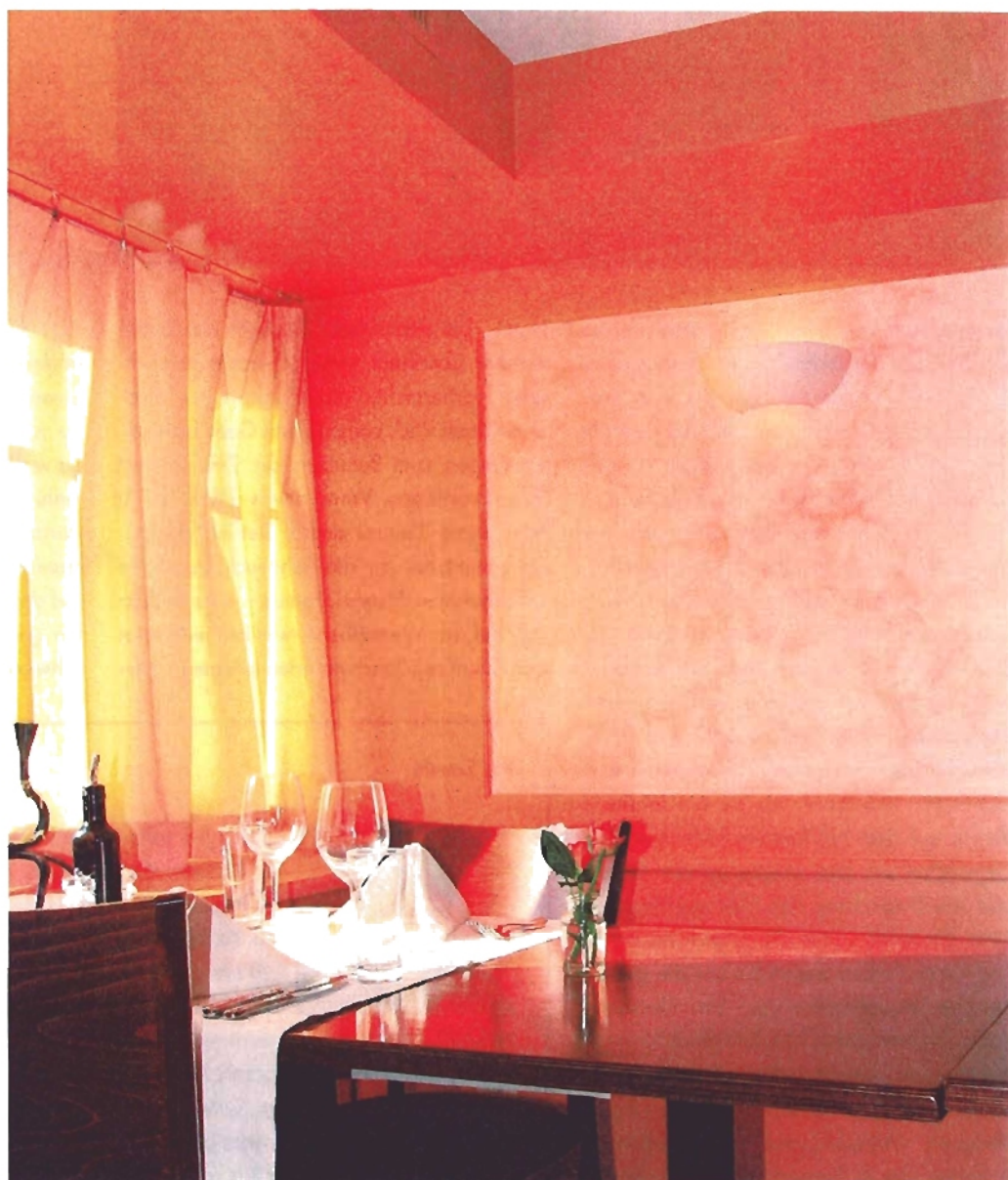


Individuelle Farbkonzepte

# Farbe ist Zukunft



Restaurant in warmem Orange.

**«Wir haben uns rundum wohl gefühlt in Ihrem Hotel. Das Essen, die Getränke, die Bedienung und die wohlige Atmosphäre in allen Hotelräumen. Wir kommen bestimmt wieder.» Solche Komplimente freuen Gastgeberin und Gastgeber gleichermassen.**

Wohlfühlen, Wohlbefinden, Genuss – das ist es, was die Gastronomie und die Hotellerie

ihren Gästen vermitteln will. Das Zusammenspiel vieler Faktoren steigert das Wohlbefin-

den und den Genuss gleichermassen. Zunächst der Gast selbst, sein Befinden, seine Stimmung, seine Erwartungen und Ansprüche. Dann die Qualität der Küche, der Reiz der Weinkarte, die Aufmerksamkeit des Personals. Hinzu kommt die Atmosphäre, die räumliche Gestaltung, die Anordnung des



Bar in kühlem Blau.

Mobiliars und – von ganz entscheidender Bedeutung – das Licht und die Farbgebung. Stimmt das Atmosphärische, fühlt sich ein Gast wohl und aufgehoben im Zusammenspiel von Licht und Farbe, so kann selbst ein mittelmässiges Essen zum Hochgenuss werden.

### Farbige Gastronomie und Hotellerie

Gestaltungslösungen sind so vielfältig wie die verschiedenen Arten von Hotels und Gastronomiebetrieben. Individuell komponierte Farbkonzepte kommen da zum Einsatz, abgestimmt auf das Umfeld, die Räume, das Angebot und die Wünsche des Auftraggebers. Jedes Projekt bringt seine eigenen Gestaltungsanforderungen mit und ist somit einzigartig.

Farben lösen Gefühle aus, Stimmungen und Erinnerungen werden wach. Farben wird auch eine symbolische Aussagekraft zugeteilt, wie z. B. Rot = Liebe, Kraft, Energie, Zorn. Farben, bewusst eingesetzt, unterstreichen das Raummilieu, die Atmosphäre, können Stimmungen in Räumen und Menschen

erzeugen und beeinflussen, Gefühle werden geweckt, die Sinne des Menschen positiv beeinflusst.

Dabei muss auf diverse Kriterien wie Umfeld, Umwelt, Art des Hotels/Restaurants, Gäste-Zielgruppe, Image, Lichtgestaltung und die Farb- und Materialgestaltung eingegangen werden. Die angewandte Farbpsychologie gibt Hinweise auf geeignete synästhetische Anmutungen von Farben und Farbgruppen. Das Einsetzen von warmen Rot-Orange-Gelb-Nuancen im Essbereich gilt zum Beispiel als appetitanregend, wohingegen ein in Blau getauchter Raum an Wasser erinnert und seine Anwendung eher in einer Bar findet. Heute ist eine nachhaltige Farbgestaltung in der Gastronomie und Hotellerie nicht mehr wegzudenken. Neben Restaurants sind auch der Wellnessbereich und die – zukünftig an Bedeutung gewinnende – Hotelzimmerkultur Einsatzfelder einer bewussten Farbgebung, welche kurzlebige Modetrends ablösen wird. Im Tourismussektor ist eine Entwicklung zu beobachten, die weg von der derzeitigen Dienstleistung – «Befriedige mich!» – und hin

zum Bedürfnis der Sinnes-Erfahrung «Verändere mich!» führt. Lebensqualität bedeutet in diesem neuen Wertbewusstsein, das selbstständige und autonome Entscheiden des Gastes, auf welche Art und Weise er sein Wohlbefinden und seine Gesundheit gestalten möchte. Neue Konzepte, die ein Angebot an Sinn- und Selbstfindungsmöglichkeiten, an Wohlbefinden, Wissen, Freude und Sinnlichkeit beinhalten, sind in Zukunft gefragt. Dabei sind ein ganzheitliches Angebot und die dazugehörige Orientierung von zentraler Bedeutung.

Auch hier leistet das Thema Farbe, als sinnliches Wahrnehmungs-Erlebnis, einen wichtigen Beitrag und wird nicht nur zu einem wichtigen Bestandteil in der Architektur, sondern auch zum neuen Gesundheitskonzept.

### Partnerin bei der Umsetzung

Ausgehend von den oben skizzierten Überlegungen haben sich engagierte Farbfachleute zur ColorCompany zusammengeschlossen. Die ColorCompany versteht sich

*Fortsetzung auf Seite 33*



2/9



2/9

Komplementärkontrast orange und blau wirkt harmonisch.

als Partnerin bei der Umsetzung nachhaltiger Farbgestaltung in Gastronomie und Hotellerie, aber auch im privaten Wohnbereich, in der Arbeitswelt sowie in Schulen, Heimen und therapeutischen Einrichtungen. Sie entwickelt massgeschneiderte Konzepte, in welchen viele Parameter berücksichtigt und integriert werden: Umfeld, Umwelt, Art des Unternehmens, Gäste-Zielgruppe, Image, Lichtgestaltung, die Farb- und Materialgestaltung sowie die Wünsche und Anregungen des Auftraggebers.

Weiter bietet das kompetente, junge und kreative Unternehmen dynamische Farbdienstleistungen an: Farb- und Materialberatungen im Bereich Architektur und Innenarchitektur, das Erarbeiten und Umsetzen von Farbkonzepten etwa im Produkte-Design oder im Corporate Design sowie Schulungen und Beratungen zum Thema Farbe und Farbgestaltung.

Geleitet wird die ColorCompany von Marina Pellegrini, die sich seit über fünfzehn Jahren intensiv mit dem Thema Farbe auseinandersetzt. Von Farbe in der Architek-

tur und Kunst hat sich ihr Betätigungsfeld immer mehr in Richtung sinnliche Wahrnehmung von Farbe und dem Zusammenhang von Farbe und Gesundheit entwickelt. Daraus entstand zum Beispiel das Farb-Sinneskonzept «to be in-joy» – color&sense, heute das innovativste Produkt der ColorCompany.

Das Anregen aller Sinne mittels Farbe leistet einen wichtigen Beitrag zur Gesunderhaltung von Mensch und Umwelt. Das ColorCompany-Team setzt daher sein Wissen und seine Erfahrung im architektonisch-gestalterischen Bereich ein, um darüber hinaus mit Farbe und ihrer Wirkung ein Mehr an Wohlbefinden, Gesundheit und sinnlichem Erleben zu erzielen. Dabei spielt nicht nur das visuelle

Wahrnehmen von Farbe eine wichtige Rolle, sondern auch der Duft, der Klang und weitere Sinneselemente im Raum.

### «to be in-joy» – farbiges Sinneserlebnis

Das sinnlich-freudige Projekt «to be in-joy» – color&sense ist das neueste von der ColorCompany entwickelte und zur Realisierung angebotene Konzept. Eine farbiges Erlebnis-



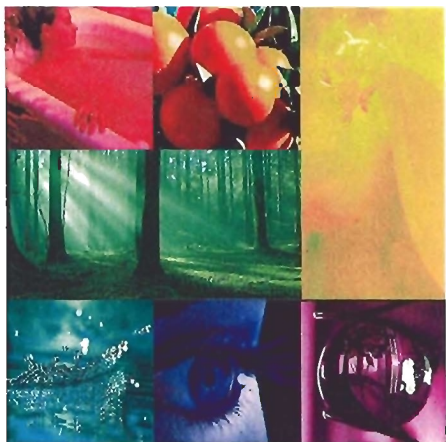
ColorCompany Team.

2/9

welt, die das sinnliche Wahrnehmen von Farbe ermöglicht.

Hören Sie gelb oder sehen Sie in Dur? Riechen Sie diesen grünen Fleck? Ist der Blues blau? Sie können hier Farbe nicht nur sehen, sondern auch hören und riechen, essen und trinken. Eine Installation für alle Sinne, bestehend aus sieben Farb-Sinnesbereichen mit entsprechenden Farbprodukten, wo dem Gast die Gelegenheit geboten wird, sich einmal ganz anders dem Thema Wohlbefinden anzunähern. Verschiedene Sinnesbereiche ermöglichen das Spiel mit Farbe. Dabei wird das Experimentieren mit Farbe und die Wahl der Sinneserlebnisse dem Menschen überlassen, der Lust hat, einmal anders zu sehen, anders zu hören, anders zu riechen. Basierend auf ganzheitlichem Farbwissen ermöglicht «to be in-joy» – color&sense die Integration von Farbe und Sinneswahrnehmung und leistet auf genussvolle Art einen Beitrag zur Gesunderhaltung des Menschen.

ColorCompany  
Hüttenstrasse 17  
8810 Horgen  
Tel. 079 703 56 71  
info@colorcompany.ch



Die sinnliche Wahrnehmung von Farbe.

## Zur Wirkung und Bedeutung von Farbe

Die Wirkung von Farben auf Mensch und Umwelt ist ein Thema, das in den letzten Jahren zunehmend intensiv diskutiert wird. Nachweislich beeinflussen Licht und Farbe menschliches Verhalten und vitale Lebensprozesse. Die Gesellschaft ist je länger, je mehr bereit, diese Bedeutung anzuerkennen, Farbe zu bekennen und deren Wirkung in alle Lebensbereiche einfließen zu lassen.

### Farbe sehen

Der Mensch kann den Farben nicht gleichgültig begegnen, so als seien sie belanglose Objekte. Sie umgeben ihn seit je in einer gewissen Ordnung. So sind in jedem Menschen archetypische Bilder «gespeichert», welche von unserer natürlichen Umgebung geprägt sind.

Damit das Wohlbefinden des Menschen gewährleistet ist, müssen in Innenräumen bestimmte gestalterische Gesetzmässigkeiten erfüllt sein. Neben der Formensprache der Architektur und Innenarchitektur, den Raumdimensionen und -proportionen bis hin zur Form und Anordnung der Einrichtungsgegenstände prägen Material und Farbe, verbunden mit dem Licht, den Ausdruck eines Gebäudes und seiner Innenräume. Dabei ist die farbliche Gestaltung der Raumelemente, das Beziehungsgefüge und Zusammenwirken der Farben im Raum von tragender Bedeutung. Farbe bestimmt entscheidend die Anmutungsqualität und das atmosphärische Klima der architektonisch-räumlichen Umwelt und damit auch deren Wirkung auf den Menschen.

Neben den ästhetischen Eigenschaften der Farben werden immer mehr auch ihre kommunikativen und psychologischen Qualitäten er- und anerkannt – in der Architektur und Innenarchitektur, im Design wie auch im Wellness-, Sozial- und Therapiebereich.

### Farbe erleben

Das Erleben von Farbe und die damit verbundene Reaktion ist subjektiv und objektiv zugleich. Doch ob wir eine Farbe objektiv beurteilen oder sie subjektiv empfinden, im gesamten Erlebnis spielt nicht nur der individuelle Geschmack eine Rolle, sondern archetypische Bilder, welche ihren Ursprung in der Natur haben.

Alles, was wir über eine Farbe denken, fühlen oder empfinden, steht in engem Zusammenhang mit unserem kollektiven Unbewussten, der Evolution der Erde und des Menschen. Die Rolle der Farbe in dieser Evolution geht weit tiefer als gemeinhin angenommen wird: Sie ist Teil von lebensgebenden und lebenserhaltenden Prozessen, die seit jeher die Welt sowie – physiologisch und psychologisch – den Menschen beeinflussen. Selten wohl ist der psychologische Anteil an einer Erscheinung der Natur so gross, wie es bei den Farben der Fall ist. Jedem Farbreiz in der Aussenwelt entspricht eine Reaktion in der Innenwelt. – «Nichts ist drinnen, nichts ist draussen, denn was innen, das ist draussen.» (J.W. von Goethe)

### Farbe wahrnehmen

Anhand der Betrachtung der ganzheitlichen Funktion der Sinnesorgane lässt sich die Bedeutung des Menschen erahnen. «Sinn-voll» ist das, was man über die eigenen Sinne bzw. Sinnesorgane als «Sinn-machend» erfährt, indem man das zu Erfahrende tastet, schmeckt, riecht, hört, sieht und erkennt. Farbe ist demzufolge ein Phänomen, das nicht nur intellektuell verstanden werden kann, sondern – vor allem – sinnlich erlebt werden muss, das heisst, Farbe kann man nicht nur sehen, sondern auch hören und riechen, essen und trinken. Mit Hilfe unserer Sinne filtern wir alles, was an Informationen, Signalen oder Reizen aus der Umwelt auf uns einwirkt. Jeder einzelne unserer Kontakte mit der Aussenwelt geschieht über unsere Sinneswahrnehmung. Die Sinnesorgane als bewusstmachende Organe oder Bewusstseinsorgane sind die Orte der Verbindung der inneren geistigen Welt mit der äusseren physischen Welt. Daraus entsteht die wahre Ganzheit, eine Wirklichkeit, die im naturwissenschaftlichen und im geistigen Sinne Bestand hat. Alle Sinnesorgane sind Bewusstseinsorgane und verweisen dadurch auf ihre Funktion, das Bewusstsein für denjenigen Aspekt, den das entsprechende Sinnesorgan vermittelt, zu erweitern. Farbe ist nicht nur ein sinnliches Erlebnis, sie hat auch eine wohltuende und regulierende Wirkung und wird somit zum ganzheitlichen Gesundheitskonzept der Zukunft.