

Onderzoek: rood versus blauw

Het effect van de kleuren rood en blauw is door Mehta en Zhu onderzocht door respondenten een aantal opdrachten uit te laten voeren, waarbij ze gebruik maakten van rode en blauwe achtergronden.

Bij het oplossen van een anagram werden bij een rode achtergrond eerder woorden teruggevonden met betrekking tot waakzaamheid, zoals preventief, terwijl bij een blauwe achtergrond sneller woorden werden gevonden zoals avontuur, wat meer betrekking heeft op creativiteit.

Uit een geheugentest bleek dat bij een rode achtergrond de meeste woorden werden onthouden en de meeste correcte antwoorden werden gegeven op vragen. De respondenten die een blauwe achtergrond te zien kregen gaven echter creatievere antwoorden op vragen.

Wanneer de respondenten een ontwerp moesten maken door gebruik te maken van rode of blauwe onderdelen bleek dat met rode onderdelen voornamelijk functionele ontwerpen en met blauwe onderdelen vooral originele ontwerpen werden gemaakt.

Moest een merkkeuze worden gemaakt, dan ging bij een rode achtergrond de voorkeur uit naar merken die ergens op attenderen, terwijl bij een blauwe achtergrond de voorkeur uitging naar merken die een voordeel benadrukken. Daarnaast kwam naar voren dat aanbieders van camera's in hun advertentie-uiting het beste kunnen kiezen voor een rode achtergrond wanneer zij de product-details willen benadrukken. Willen zij echter associaties met fotograferen (zoals een vakantie) benadrukken, dan kunnen zij beter kiezen voor een advertentie-uiting met een blauwe achtergrond.

Tot slot werd gekeken of de respondenten zich bewust waren van de kleurinvloeden. Dit bleek niet het geval te zijn. Zowel bij creatieve als bij detailgeoriënteerde achtergronden hadden de respondenten een voorkeur voor de kleur blauw. Dit komt overeen met het algemene gegeven dat mensen een voorkeur hebben voor de kleur blauw, al blijkt uit het onderzoek dat het slimmer is om rood te gebruiken wanneer om aandacht wordt gevraagd.

Op de vraag welke kleur overtuigender is om aandacht te genereren voor een merk, product of dienst kan geantwoord worden dat dit afhangt van het doel. Is het doel waakzaam aandacht trekken (zoals het onthouden van belangrijke

informatie) dan moet men kiezen voor rood. Maar is het doel om creativiteit en verbeelding uit te dragen dan moet men naar aanleiding van dit onderzoek de keuze laten vallen op blauw.

Referentie(s)

Mehta, R., Zhu, R. (2009), Blue or red? Exploring the effect of color on cognitive task performances. *Scienceexpress*, 5 February 2009. *

* : aanwezig in de EURIB bibliotheek.