

22.03.2006

## Warum Grau als Büro- und Businessfarbe so beliebt ist

**Ihrem schlechten Ruf zum Trotz schätzen Designer die dezente Neutralität der unbunten Farbe**

**“Mausgrau, Aschgrau, Staubgrau – darf ich Ihnen frisches Steingrau vorschlagen?“ Dies Angebot unterbreitet Lorient alias Paul Winkelmann im Film „Ödipussi“ einem Rentnerehepaar, das durch frische Farben in der Wohnung zu neuer Lebensfreude finden soll. Die begriffliche Verknüpfung von Frische und Grau verfehlt ihre humoristische Wirkung selten, assoziieren doch die meisten Menschen die Farbe Grau mit Eindrücken wie nüchtern, sachlich, schlicht und langweilig. Im Grunde ist Grau nicht einmal eine Farbe, sondern eine Nichtfarbe, eine Abstufung zwischen den unbunten Farben Schwarz und Weiß.**

Rund fünfhundert Grautöne kann das menschliche Auge unterscheiden, und es übt sich in dieser Kunst nicht nur an Autobahnbrücken und dem berühmten Novemberwetter, sondern außerdem an Büromöbeln jeder Gestalt und Herkunft. In Anlehnung an Lorient darf sich der kritische Betrachter da fragen, wie er sich das Aufpeppen trister Großraumbüros mit „frisch steingrauen“ Möbeln vorzustellen hat. Doch hat das vorherrschende Grau in Büros und Konferenzzimmern nichts mit Mittelmäßigkeit und Einfallslosigkeit zu tun, sondern es hat schlicht gesundheitliche Gründe: Grau ist sanft zu den Augen, da es eine ausgeglichene Mischung zwischen Kontrast und Blendung bietet.

„Man muss immer den Anwendungszweck sehen“, meint dazu Cornelius Müller-Schellhorn, verantwortlicher Designer beim großen deutschen Büromöbelhersteller König + Neurath. Ein Schreibtisch ist eine Arbeitsfläche, und vor dem Hintergrund der Tischplatte sollte ein beschriebenes Blatt Papier gut lesbar sein, ohne die Augen zu ermüden oder unnötig anzustrengen. Schwarz bietet zuviel Kontrast und Weiß zuviel Blendung und Reflexion des Lichts – da ist ein helles Grau die natürliche Alternative. Es konkurriert außerdem nicht mit anderen Farben im Büro, wie beispielsweise Pflanzen, Bildern und der Kleidung der Mitarbeiter. „Büromöbel sollten sich zurücknehmen, damit keine Reizüberflutung entsteht“, drückt das Müller-Schellhorn aus.

Gleichzeitig ist gegen bunte Stühle und farbige Teppichböden im Büro nichts einzuwenden, da sie die Augen bei der Arbeit nicht belasten: „Neutralität da, wo es Sinn macht“, ist das Gebot des Designers. Er sieht deshalb auch zukünftig Grau als eine tragende Farbe im Design von Büromöbeln, vor allem bei den Oberflächen und Tischplatten. „Im Gestellbereich war Grau eher eine Modeerscheinung, aber im Plattenbereich sind es gesundheitliche Aspekte, die Grau attraktiv machen“, so der Designer. Auch spielen praktische Überlegungen eine Rolle, räumt Müller-Schellhorn ein: „Grau hat den Vorteil, dass man nicht jeden Dreck sieht.“



Grau ist nicht nur alle Theorie, sondern häufig auch die Bürowelt. Doch das hat gute Gründe, sagen Designer. Foto: König + Neurath

# FARBIMPULSE

Das Online-Magazin für Farbe in Wissenschaft und Praxis

---

Doch Grau ist nicht gleich Grau, seinem schlechten Ruf zum Trotz. Assoziationen mit Nüchternheit, Trostlosigkeit und Verstaubtheit sind zwar einerseits nahe liegend, doch kann Grau auch Eleganz und Distinguiertheit ausdrücken. In der Kleidung entscheidet beispielsweise das Material, ob Grau als elend und verwahrlost wahrgenommen wird oder ob es anmutig wirkt – ein grauer Arbeitskittel vermittelt einen eher verlotterten Eindruck, während graue Seide als ausgesprochen seriös gilt. Allerdings lässt sich diese Betrachtung nicht ohne weiteres auf Büromöbel übertragen: Im Büro steht Grau nach wie vor für Kunststoff und Plattenmaterialien, und diese lassen sich auch in Verbindung mit anderen Farben nur schwer aufwerten, so Müller-Schellhorn.

Im täglichen Sprachgebrauch kommt das unbunte Grau ebenfalls nicht gut weg: Vom grauen Alltag über die graue Maus bis zur grauen Theorie ist die Sprache mit negativen Assoziationen der Farbe Grau gespickt. Diese spiegeln sich auch in der Farbpsychologie wieder: Grau steht für das Alter, für Einsamkeit, Kälte, Gleichgültigkeit, Geiz und Mittelmäßigkeit. In Michael Endes Buch „Momo“ stehlen die kaltherzigen „grauen Herren“ den Menschen die Zeit und rauchen diese in kleinen grauen Zigarren. Die vier grauen Weiber, die Faust in den Tod treiben wollen, sind Mangel, Sorge, Schuld und Not. Grau strahlt nicht, es dämpft, und gemischt mit anderen Farben macht es diese stumpf und trübe.

Allerdings lässt sich neutrales Grau sehr leicht durch Ton- und Farbkontraste beeinflussen und erregen. Es wird vor allem im Zusammenspiel mit anderen Farben interessant, da es unterschiedlich wirkt, je nachdem, mit welcher Farbe es zusammen auftritt. So geht der Trend im Büro derzeit in die Richtung, Grau mit Holztönen zu kombinieren. Auch ist Grau in vielen Firmenlogos und auf Internetseiten vertreten, weil es in Verbindung mit anderen Farben wie beispielsweise Dunkelblau zurückhaltend, sachlich und seriös wirkt. Grau ist die Farbe des Understatements, der Bescheidenheit, und lässt andere Farben oder Botschaften in den Vordergrund treten. In diesem Sinne ist ein frisches Steingrau, vielleicht in Verbindung mit Orange oder Pink, durchaus nicht so abwegig.



Grau ist auch die Farbe für Businessbekleidung schlechthin. Foto: Brillux