

Rot ist die wichtigste Farbe der Menschheit. Schon in vorgeschichtlicher Zeit wird Rot mit Blut und Feuer gleichgesetzt. In vielen Sprachen bedeutet „Rot“ gleichzeitig „Blut“, wie z. B. bei den Eskimos und den Babyloniern. In manchen Sprachen ist Rot auch gleichbedeutend mit dem Wort für Farbe, wie z. B. in Spanien („colorado“).

Laut einer Untersuchung von Eva Heller („Wie Werbung wirkt. Theorien und Tatsachen“, 1984) existiert für Rot auch die älteste Farbbezeichnung, vergleichbar sind lediglich die unbunten Farben Weiß und Schwarz, die ebenso alt sind.

Naturwissenschaftler vermuten, dass Rot wahrscheinlich die erste Farbe ist, die Babys erkennen können. Obwohl also Rot mit die wichtigste und historisch bedeutsamste Farbe ist, verliert es etwas an Beliebtheit. Dies liegt wohl an der Übersättigung durch Werbung. Laut Heller war Rot 1950, also noch vor dem Wirtschaftsaufschwung, die beliebteste Farbe. Eine 1989 von ihr selbst durchgeführte Leserbefragung ergab, dass Rot nur noch von 20 % der Befragten als Lieblingsfarbe genannt wurde, in der aktuellen Leserbefragung (2000) waren es nur noch 12 %.

Zur Werbewirksamkeit allgemein lässt sich sagen, dass sich Rot optisch immer nach vorne drängt, da es eine warme Farbe ist. Sie hat keine Tiefenwirkung, somit wirkt sie immer näher als alle anderen Farben. Dies wird im Marketing genutzt, um beim Betrachter Aufmerksamkeit zu bewirken und somit die Werbewirksamkeit zu erhöhen.