

Blickfang im Supermarkt: Bunte Nutri-Score-Label wirksamer als graue

Eye-Tracking-Studie untersucht Aufmerksamkeit und Kaufverhalten von Menschen

Wer im Supermarkt zu gesunden Produkten greifen möchte, braucht klare Signale. Nährwertkennzeichnungen wie das Nutri-Score-Label sollen dabei helfen. Es wird üblicherweise in Ampelfarben auf Verpackungen abgebildet. In dieser Form lenkt es die Blicke laut einer aktuellen Studie häufiger und länger auf sich, als wäre es in Graustufen gestaltet. Einige Supermärkte drucken zusätzlich eine graue Version des Labels auf die Preisschilder – dabei bekäme auch hier die bunte mehr Beachtung.

Das fanden Forschende der Universität Göttingen in Zusammenarbeit mit der Hochschule Osnabrück, dem Deutschen Institut für Lebensmitteltechnik und der Universität Gießen heraus. Sie untersuchten in einer nachgestellten Einkaufssituation, wohin die Teilnehmenden schauten und welches Produkt sie letztlich kaufen würden. Besonders häufige und lange Blicke auf das dunkelgrüne A oder das gelbe C gingen dabei meist mit der Wahl des jeweiligen Produkts einher. Das rote E zeigte hingegen nicht die erhoffte warnende Wirkung: Auch bei häufiger Betrachtung dieser ungünstigen Bewertung landeten die Produkte weiterhin im Einkaufskorb. Die Studie wurde in der Fachzeitschrift Food Quality and Preference veröffentlicht.

Anhand von Eye-Tracking-Daten analysierten die Forschenden das Verhalten von 199 Teilnehmenden. Diese befanden sich in einer simulierten, realitätsnahen Einkaufssituation und konnten dort jeweils ein Produkt auswählen. Dabei verglichen die Forschenden vier Gruppen, denen sie je eine Variante der Kennzeichnung präsentierten: mehrfarbige oder graustufige Nutri-Score-Labels auf Verpackung und Preisschild, kein Label sowie den aktuellen Standard im Supermarkt: ein einziges mehrfarbiges Label auf der Vorderseite der Verpackung.

„Unsere Ergebnisse zeigen, dass das Nutri-Score-Label in Ampelfarben auch auf Preisschildern deutlich besser wahrgenommen wird als in Graustufen“, sagt Erstautorin Isabelle Weiß, Doktorandin an der Universität Göttingen. „Die höhere Sichtbarkeit der Labels kann dabei den Produktvergleich erleichtern und dadurch gesundheitsbewusstere Entscheidungen unterstützen. Je mehr Unternehmen den Nutri-Score auf ihren Produkten abbilden, desto fundierter kann verglichen werden.“ Studienleiterin Dr. Clara Mehlhose ergänzt: „Der Nutri-Score soll eine einfache Orientierung im Supermarkt bieten. Entscheidend ist, dass Verbraucherinnen und Verbraucher die Informationen auf einen Blick erkennen und verstehen können. Ein mehrfarbiges Label kann dabei hilfreich sein.“

Die Studie verdeutlicht, wie entscheidend die Farbgestaltung und Platzierung von Nährwertkennzeichnungen für die visuelle Aufmerksamkeit und damit für Kaufentscheidungen sind. Politik und Handel sollten daher Nutri-Score-Labels in Ampelfarben auch auf dem Preisschild bevorzugen, um die Wirksamkeit im Alltag zu erhöhen.

Die Studie wurde von der LI Food – Landesinitiative Ernährungswirtschaft des Niedersächsischen Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr und Bauen gefördert.

Originalpublikation:

Weiß, I., Teuber, R., Enneking, U., Kircher, C., Mehlhose, C. Polychrome versus monochrome Nutri-Score shelf labels: An eye-tracking study of consumer attention and choice. Food Quality and Preference (2026). <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2026.105933>