

University of Groningen

Consumer Food Waste: Understanding Why Consumers Do Not Eat the Food They Acquire

Luiting-Drijfhout, Marit

DOI:
[10.33612/diss.136231073](https://doi.org/10.33612/diss.136231073)

IMPORTANT NOTE: You are advised to consult the publisher's version (publisher's PDF) if you wish to cite from it. Please check the document version below.

Document Version
Publisher's PDF, also known as Version of record

Publication date:
2020

[Link to publication in University of Groningen/UMCG research database](#)

Citation for published version (APA):
Luiting-Drijfhout, M. (2020). *Consumer Food Waste: Understanding Why Consumers Do Not Eat the Food They Acquire*. [Thesis fully internal (DIV), University of Groningen]. University of Groningen, SOM research school. <https://doi.org/10.33612/diss.136231073>

Copyright

Other than for strictly personal use, it is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

The publication may also be distributed here under the terms of Article 25fa of the Dutch Copyright Act, indicated by the "Taverne" license. More information can be found on the University of Groningen website: <https://www.rug.nl/library/open-access/self-archiving-pure/taverne-amendment>.

Take-down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Downloaded from the University of Groningen/UMCG research database (Pure): <http://www.rug.nl/research/portal>. For technical reasons the number of authors shown on this cover page is limited to 10 maximum.

STELLINGEN

behorende bij het proefschrift

Consumer Food Waste: Understanding Why Consumers Do Not Eat the Food They Acquire

van Marit Drijfhout

1. Niemand produceert of koopt voedsel met de intentie om het uiteindelijk te verspillen; toch wordt één-derde van het voedsel geschikt voor menselijke consumptie niet geconsumeerd (Wereldvoedselorganisatie FAO).
2. Gezien de negatieve economische, sociale en milieutechnische kosten van voedselverspilling zouden consumenten hun verspillingsgedrag harder moeten terugdringen dan ze op dit moment doen (Hoofdstuk 1).
3. We weten wel *hoe* consumenten voedsel weggooien, maar minder goed *waarom* dit gebeurt (Hoofdstuk 2).
4. De tijdsdiscrepancie—*temporal distance*—tussen het moment dat voedsel gekozen en geconsumeerd wordt draagt significant bij aan voedselverspilling (Hoofdstuk 3).
5. Op de lange termijn hebben consumenten de beste intentie om gezond te eten, maar op de korte termijn zwichten ze vaak voor verleiding. Dit verklaart mede waarom er elke week weer meer groenten en fruit gekocht worden dan daadwerkelijk opgegeten (Hoofdstuk 3).
6. We denken in de toekomst voldoende tijd en motivatie te hebben om een gezonde, zelf gekookte maaltijd op tafel te kunnen zetten. Dit valt in de realiteit tegen (Hoofdstuk 4).
7. Verse groenten vervangen voor minimaal bewerkte producten zoals voorverpakte, gewassen en gesneden groenten kan voedselverspilling tot wel 65% terugdringen (Hoofdstuk 4).
8. Als consumenten op het keuzemoment nadenken of het bereiden van een maaltijd haalbaar is gegeven de benodigde tijd en moeite (*feasibility*), zijn zij eerder geneigd om minimaal bewerkte producten te kopen en te gebruiken (Hoofdstuk 4).
9. Als je letterlijk onwel wordt van je eigen promotieonderwerp (na een week verspild voedsel te hebben onderzocht) mag je ervan uit gaan dat je je onderwerp redelijk goed uitgediept hebt (Eigen ervaring).
10. *“The right timing is in all things the most important factor.”* — Hesiodus, 700 v. Chr.

PROPOSITIONS

As part of the dissertation

Consumer Food Waste: Understanding Why Consumers Do Not Eat the Food They Acquire

by Marit Drijfhout

1. No one produces or acquires food with the intention to ultimately waste it; yet, one-third of all food suitable for human consumption ends up unconsumed (World Food Organization FAO).
2. Considering the amount of food waste and the associated negative economic, social and environmental costs, consumers should reduce their waste behavior more than they currently do (Chapter 1).
3. We know *how* consumers throw away their acquired food, but lack insights regarding *why* this happens (Chapter 2).
4. The time discrepancy—*temporal distance*—between acquiring food and actually utilizing it for consumption could explain why consumers waste the food they acquired themselves (Chapter 3).
5. Although consumers tend to focus on their health when making decisions for the distant future, they start behaving more impulsively and desire immediate gratification when making decisions for the near future. This is one of the reasons why consumers keep acquiring more fruits and vegetables than they actually consume (Chapter 3).
6. For consumption in the distant future, we expect to have enough time, motivation and effort to cook a healthy and home-made meal. This turns out to be disappointing in reality (Chapter 4).
7. Replacing fresh vegetables with minimally processed products such as pre-packaged, washed and sliced vegetables can reduce food waste by up to 65% (Chapter 4).
8. If consumers, when shopping for groceries, think about whether preparing a meal is feasible given the required time and effort, they are more likely to acquire and use minimally processed products (Chapter 4).
9. If you literally get sick as a result of your own PhD topic (after having researched wasted food for a week), you can assume that you explored your topic quite well (Own experience).
10. *"The right timing is in all things the most important factor."* — Hesiod, 700 B.C.