

Social Entrepreneurship in the Dutch Jewellery Industry: Exploring the Motives of Fairtrade Goldsmiths



A master's thesis written by Rozemarijn S. van der Kloet

Photo credits: © Sean Hawkey 2014

Sean Hawkey is a British photographer. His work has been published in amongst others The New York Times, The Guardian and The Independent, but also in Nature Magazine and Science. Hawkey lived and worked in many countries in both South America and Africa. In 2014, he travelled to the Fairtrade certified SOTRAMI mine in Santa Filomena, Ayacucho, Peru. There, Hawkey made a series of pictures that portray the daily lives of gold and silver mine workers.

Social Entrepreneurship in the Dutch Jewellery Industry: Exploring the Motives of Fairtrade Goldsmiths

May 5th, 2016. This master's thesis was written by Rozemarijn S. van der Kloet (4053893) under supervision of dr. Haley J. Swedlund. The thesis is part of the master's specialization Conflicts, Territories & Identities which belongs to the department of Human Geography at the Nijmegen School of Management, Radboud University. Questions about this thesis can be e-mailed to roosvanderkloet@gmail.com.

Abstract

This master's thesis presents a qualitative research on Dutch goldsmiths' motives to start using Fairtrade gold. A great deal of research has been conducted on conflict minerals, on the fair trade system and on social entrepreneurship. However, research that focuses on the motives of European fair trade social entrepreneurs is rare. This is important to study, because middle-men, such as goldsmiths, are key actors in selling and promoting fair trade products.

Via semi-structured interviews, goldsmiths were asked amongst other things what motivated them to start using Fairtrade gold, how they evaluated their decision to do so and if they had already sold jewellery made with Fairtrade gold. More than half of the research sample, which consisted of all Dutch goldsmiths participating in the Fairtrade gold scheme, was interviewed.

Based on the data, I conclude that the goldsmiths' most important motive for engaging with Fairtrade gold was that they wished to improve the labour conditions for small-scale, artisanal gold mine workers. The second most important motive has to do with business image; the goldsmith wants to be able to offer the product to customers. Other motives include the wish to diminish the negative environmental implications of mining gold, the wish to support the surrounding community and lastly, the fact that Fairtrade International and Fairtrade Netherlands provide transparency in the whole supply chain.

Whereas Cater, Collins and Beal (2015) state that ethics, business and faith are the most important motives for North-American fair trade social entrepreneurs, in this research, only ethics and business were found to be important motives for Dutch Fairtrade goldsmiths. The lack of religious motives for Dutch goldsmiths could be appointed to context-specific differences between the USA and the Netherlands. Repeating this research in other contexts would provide a broader image of motivations for fair trade social entrepreneurs.

Key words: fair trade gold – social entrepreneurship – motivations – Dutch jewellery industry – goldsmiths

Table of contents

Preface.....	7
1. Introduction.....	8
1.1. Societal relevance.....	9
1.2. Scientific relevance	10
1.3. Problem, objectives & research questions	11
1.3.1. Problem.....	11
1.3.2. Objectives	12
1.3.3. Research questions.....	12
2. Theoretical framework.....	15
2.1. Gold: A conflict mineral.....	15
2.1.1. The resource curse	16
2.1.2. Resource abundance and civil war	17
2.1.3. Initiatives against conflict minerals	18
2.2. The fair trade movement.....	20
2.2.1. The fair trade system.....	21
2.2.2. Critiques on the fair trade system.....	22
2.3. Fairtrade gold.....	24
2.3.1. Who buys Fairtrade gold?.....	25
2.3.2. Critiques on fair trade gold	27
2.3.3. The role of goldsmiths in the Fairtrade gold initiative.....	28
2.4. Fair trade consumerism.....	28
2.5. Social entrepreneurship	31
2.6. What about recycling?	32
3. Methodology.....	34
3.1. Research strategy	34
3.2. Research design.....	34
3.3. The semi-structured interview	37
3.4. Analysis.....	39
4. Results.....	40
4.1. Evaluation of decision.....	41
4.2. Motives.....	44
4.2.1. Category 1: Labour conditions	46
4.2.2. Category 2: Business image	48
4.2.3. Category 3: Environmental conditions	50

4.2.4.	Category 4: Transparency of supply chain	50
4.2.5.	Category 5: Community support.....	52
4.2.6.	Category 6: Simplicity of registration.....	52
4.2.7.	Category 7: Other	53
4.3.	Key events.....	54
4.4.	Fair trade gold vs. recycling gold	56
4.5.	Answer to research question	57
5.	Conclusion & discussion.....	60
5.1.	Conclusion	60
5.2.	Discussion.....	63
6.	List of references.....	67
	Appendix I Final interview protocol.....	76
	Appendix II List interviewed goldsmithing businesses.....	80
	Appendix III Overview goldsmiths' motives.....	81
	Appendix IV Transcripts goldsmiths' motives.....	85
	Appendix V Transcripts goldsmiths' ratings.	101
	Appendix VI Transcripts key events.....	111
	Appendix VII Transcripts goldsmiths' evaluation decision.....	114
	Appendix VIII Transcripts goldsmiths' sales	125
	Appendix IX Transcripts recycled gold.....	129

Preface

Writing this thesis was a very interesting and at times challenging process. The thesis taught me a lot – both theoretically and practically – and I met great people while conducting the research, both at the internship organisation Stichting Max Havelaar/Fairtrade Netherlands and in the field. I am thankful to the goldsmiths who were willing to participate in the research. It was great to visit your shops, workplaces and ateliers, to see the amazing jewellery you make and to hear your stories. Even after working on it for months, fair trade gold is still something I am passionate about. Also, I really want to say thank you to Haley, for coaching me through the process. And finally, thank you friends, just for being there and for never getting tired of hearing my stories.

1. Introduction

Since the 1990s, more and more attention has been paid to what is often referred to as conflict minerals. Over the past fifteen years, several initiatives have been taken to keep highly valuable natural resources out of the hands of rebel groups, who may use them to wage war on vulnerable populations. For example, various countries are cooperating in the Kimberley Process Certification Scheme (KPCS) to secure for conflict-free diamonds. Some countries even adopted specific legislation on conflict minerals. For example, the United States adopted the Dodd-Frank Act in 2010. Section 1502 of the act prescribes rules for the import of gold, tantalum, tin and tungsten coming from the Democratic Republic of the Congo (DRC). American companies must report to the government whether or not these resources are conflict-free (U.S. Securities and Exchange Commission, 2014).

The rising attention for 'clean' and fair supply chains also led to an increase in the sales of fair trade products (Smithers, 2014). In 2011, Fairtrade International introduced Fairtrade certified gold.¹ This is a huge breakthrough, because small-scale and artisanal mining still is a very dangerous, illegal and corrupt sector to work in (Vice News, 2014). Fairtrade International claims to directly do business with the miners and with that, corrupt middle-men or government representatives are excluded from the supply chain (Renard, 2003, p. 90). This research focuses on the end of the supply chain for Fairtrade gold.² By looking into why Dutch goldsmiths choose to use Fairtrade certified gold, the objective is to understand the point where ethical trade and commercial business come together.

This tension is sometimes directly apparently within the experience of goldsmiths. During the interviews that were conducted for this research, one goldsmith told me that she experienced a discrepancy between how she works – being a craftswoman, putting her heart and soul into a piece of jewellery – and the origin of the materials she uses. She stated: “If you make a piece of jewellery where you actually just put your whole soul in. [...] You know, I put everything, you know my passion, I put everything in that piece of jewellery. And when I realize

¹ In 2011, Fairtrade gold was introduced in the United Kingdom. One year later, in 2012, Fairtrade gold was introduced in the Netherlands, as mentioned in Stichting Max Havelaar's press release 'Eerste Fairtrade-Fairmined sieraden in Nederland': <http://maxhavelaar.nl/news?page=16>.

² Is it fair trade, fair-trade, fairtrade or Fairtrade? Spelling can be a bit confusing. When I write about fair trade, I am aiming at fair trade products in general. When I am writing about Fairtrade products, or Fairtrade gold, I aim at products certified by Fairtrade International. Fairtrade International is not the only organization that certifies fair trade products. However, they are one of the larger players in the field. For this master's thesis, I interviewed goldsmiths who registered at Fairtrade International's Fairtrade gold program.

that the gold I use has a wretched origin, yes, then sometimes I really think that is a sin.”³ This quote shows exactly the friction between the luxuriousness of a good-quality, expensive piece of jewellery and the origin of its materials and from what I learned during the interviews, this is why goldsmiths take up the initiative of Fairtrade gold.

Gaining more knowledge on the topic of fair trade gold is important for two reasons: 1) Globally, 13 million artisanal and small-scale gold miners face illegality and corruption; they deserve recognition and better working conditions (ILO, 1999, as cited in Childs, 2014, p. 128), 2) Because of the novelty of the topic, there is little academic literature that focuses on fair trade gold. However, the theoretical framework will show that the topic is worth exploring. This thesis consists of five different chapters, starting off with the introduction. Here, the scientific and societal relevance of the research and the research’s problem, objectives and research questions are discussed. Next, the theoretical framework and methodology are provided and the results are presented. The conclusion and discussion section links the results to the existing theory, and discusses limitations and recommendations for further research.

1.1. Societal relevance

As mentioned in the introduction, societies pay more and more attention to ‘clean’ and fair supply chains in order to reduce corruption, child labour and poverty. Through the KPCS, conflict-free diamonds are ought to be guaranteed and through the Dodd-Frank Act there are less conflict minerals imported from the DRC to the US. Moreover, the sale of fair trade certified products is rising (Dragusanu, Giovannucci & Nunn, 2014). Governments, civil society and consumers in the so-called developed states are becoming more and more aware of the problems in the production processes of raw materials such as coffee, cocoa or gold, or in the production processes of end-products such as clothes or electronic devices. Therefore, several initiatives were taken to improve the transparency supply chains and to encourage producers to make the circumstances for workers at the start of the supply chain more ethical. One NGO that tries to accomplish this is Fairtrade International.

In 2011, Fairtrade International introduced Fairtrade gold and currently, two mines in the Atacama Desert, Central Peru are Fairtrade certified.⁴ With the help of Comic Relief, mines in Kenya, Tanzania and Uganda are also working towards certification (Rooke, 2015). By researching why goldsmiths chose to become involved in Fairtrade International’s Fairtrade gold program, and how they evaluate that decision, the last step in the supply chain for Fairtrade

³ In interview 14, a goldsmith stated the following: “Als je een sieraad maakt waar je eigenlijk gewoon je hele ziel instopt. [...] Weet je ik stop alles, weet je mijn passie, ik stop daar alles in. En als ik dan weet dat dat goud van een slechte afkomst is, ja dan vind ik dat echt wel eens zonde.”

⁴ The current status of Fairtrade certified producers can be retrieved via this link: <http://www.flocert.net/fairtrade-services/fairtrade-certification/fairtrade-customer-search/>.

gold is analysed. It is important to look at the goldsmiths' motives, because the results entail two useful societal implications. First, answers to the latter two questions will provide insights in how more goldsmiths can be made aware of ethically-produced jewellery. In turn, ethically-produced jewellery can improve the overall living standard of mine workers not only by assuring better, healthier working conditions and a higher salary for the mine workers, but also by supporting the surrounding community. Second, if Fairtrade gold – together with Fairtrade silver and platinum – turns out to be a success, the newly designed Fairtrade standard could also be applied to the small-scale and artisanal mining of other precious metals, diamonds and gemstones.

1.2. Scientific relevance

A number of research shows that resource abundance can negatively influence a country's economy (Collier, 2007; Ross, 1999; Sachs & Warner, 2001). Moreover, some of the same authors also argue that resource abundance and civil war may be correlated (Collier, 2000; Le Billon, 2001; Ross, 2002). Thus, resource-abundant states and states that export a large amount of primary commodities often have a more unstable economic situation in comparison with countries that produce end-products. Hoogvelt (2002) argues that consumers in the so-called North can, with their buying behaviour, influence the situation in the so-called South.

In the 1980s, several movements were introduced that began striving for a better situation in the 'global south'. One of them was the fair trade movement. Several national movements united under the Fairtrade Labelling Organisation International in 1997 in Bonn (Renard, 2003, p. 90). Since the start of the first European fair trade brand, Max Havelaar, the European fair trade movement expanded largely and many agricultural products have been certified under the umbrella organisation Fairtrade Labelling Organisation International. In 2011, the first non-agricultural products were certified: gold, silver and platinum. There is only limited academic literature on how the fair trade system works for a product that is coming from the mining industry, which faces a lot of illegality and corruption.

There are two articles that focus on fair trade gold. The first article by Hilson (2008) elaborates on the possible implications of the fair trade gold system for host governments, and the second article by Childs (2014) elaborates on the consequences of the fair trade gold system for artisanal and small-scale miners in Tanzania. However, there is no academic literature available on how the fair trade system for gold works with regard to the makers and sellers of the end-product: the goldsmiths. In order to be able to critically evaluate the whole supply chain for Fairtrade gold, it is of importance to know why goldsmiths chose to work with Fairtrade gold and how they evaluate the way the system works for them.

This research adds to the current literature on the fair trade system for gold. Instead of analysing why artisanal and small-scale miners engage in the fair trade system, my focus is on the other end of the supply chain. By that, this research seeks to expand the existing literature by adding an analysis of how actors at the end of the supply chain, so-called social entrepreneurs, evaluate the fair trade system for gold. In doing so, this research not only adds to the literature about the fair trade movement, but it also adds to literature on social entrepreneurship. The following paragraph explains the research questions more thoroughly.

1.3. Problem, objectives & research questions

1.3.1. *Problem*

As can be read in the theoretical framework, various academic works evaluate the fair trade system and show critiques and points for improvement. However, that literature only focuses on the original fair trade system, which used to be only applied to agricultural products. In 2011, the fair trade system was for the first time applied to non-agricultural products: gold, silver and platinum. The fair trade system had to be adapted to the corrupt and illegal sector of artisanal and small-scale mining. To my knowledge, up till now, there are only two academic articles that mention the introduction of fair trade gold. Those articles focus on the advantages and disadvantages of the fair trade system for gold for the host country. However, no academic literature can be found on the advantages and disadvantages of the fair trade system for gold for the sellers of the end-product. It is interesting to look at the phenomenon of fair trade gold from the perspective of the sellers for several reasons: 1) when there is more information available on how goldsmiths perceive the fair trade system for gold and what motivates them to register, then the system can be analysed for more actors in the supply chain than for only the host government or mine workers, and 2) in order for the system to properly work, it is important to know how those who buy fair trade gold – in this case the goldsmiths – evaluate the system. Considering that the production of fair trade gold will grow in the future, this information is relevant, because the research will contribute to creating a more complete and elaborated collection of studies on fair trade gold. As for the practical implications, the research will gain more insight in why goldsmiths start using Fairtrade gold. Those insights can help fair trade organisations to mobilise more actors in the jewellery sector to start using ethically-produced materials.

1.3.2. Objectives

The first objective of the research is to find out which motivations Dutch goldsmiths had when they registered at the online goldsmiths registration scheme. It is expected that those motives were either based on profit calculations, on normative commitments or on a combination of the latter two. Generally, business decisions are made by some sort of profit calculation. The decision has to secure that either the status quo remains, or that a positive change is established. A positive change can for instance be: creating more profit, enhancing the business's image or expanding the customer-base. Making a business decision can be difficult, because it is sometimes complicated to try to foresee whether or not a change of the current status can bring the organisation prosperity. To summarize, profit calculations refer to the process of foreseeing whether or not a certain decision can generate more profit for the organisation.

Contrary to large organisations, where profit calculations are the most important motives for changing the organisation's strategy, the decision-making process in a one-man business might be more complex. Goldsmiths often have one-man businesses and are generally running their businesses alone, or with a small team. Therefore, the goldsmith decides by his/herself where products are made from, how they look and to whom they are sold. Therefore, it is plausible that someone's personal taste and norms are incorporated in the organisation. This is particularly interesting for the current research, because the goldsmith's own normative commitments could potentially be of high importance in the decision whether or not to start working with Fairtrade gold. Something as fair trade can be important for the goldsmith in his/her personal life, and since one-man businesses often represent someone's personality, it could be that someone also wants to incorporate personal values in his/her business. Thus, normative commitments show to what degree a personal norm is incorporated in the goldsmith's way of doing business.

The second objective of the research is to find out how goldsmiths evaluate their decision. These early evaluations will provide more context for interpreting the goldsmiths' motivations to start using Fairtrade gold. Since so little academic literature is available on fair trade gold, it might be useful to provide the reader with some context, for instance to about how goldsmiths experience the day-to-day practice of working with Fairtrade gold and by providing a first indication on their sales. These objectives led to one research question with three sub-questions, which are introduced in the next paragraph.

1.3.3. Research questions

In this research, I am interested in answering the question what motivates Dutch goldsmiths to start using Fairtrade gold. This leads to the following research question:

What motivates Dutch goldsmiths to register for Fairtrade International's goldsmiths registration scheme, and how do these goldsmiths evaluate their decision?

As mentioned above, I foresee that these motivations will be either made on the basis of profit calculations, normative commitments, or a combination of these two. In order to be able to answer the research question in a structured manner, I added two sub-questions: one that focuses on profit calculations, and one that focuses on normative commitments.

Sub-question 1

What is the role of profit calculations in the goldsmith's decision to register for Fairtrade International's goldsmiths registration scheme?

Sub-question 2

What is the role of normative commitments in the goldsmith's decision to register for Fairtrade International's goldsmiths registration scheme?

The last sub-question is added because it will help contextualizing the answer to the research question. To what degree and how the goldsmiths evaluate their decision will provide extra information that is useful or important for interpreting the goldsmiths' motives. For example, it could reveal several different aspects of how goldsmiths experience working with Fairtrade gold.

Sub-question 3

To what degree did the registration for Fairtrade International's goldsmiths registration scheme fulfil the goldsmith's expectations?

Since the nature of the research is explorative, other expectations or hypotheses besides the profit calculations or normative commitments are not suggested. It is likely that the goldsmiths' motivations will consist of either these motivations or a combination of those two. How the different motivations will relate to each other is difficult to predict because similar research is hardly available. The research by Cater et al. (2015, p. 14) shows that American fair trade social entrepreneurs can be divided in three groups: those who were motivated mostly by "human rights and social justice concerns" (ethics first), those who were predominantly motivated by religion (faith first), and finally businessmen and -women who saw an opportunity in bringing ethical trade and commercial business together (business first).

My predictions regarding profit calculations and normative commitments are quite similar to the outcomes of the research by Cater et al. (2015). In a way, religion can be seen as a normative commitment, or an important personal value. For that reason, I chose not to include a separate sub-question for religious motives. In their research, Cater et al. (2015) concluded with separate categories: a group predominantly motivated by either ethics, faith or business. However, from my point of view, someone's motivations are hybrid. It could be that someone was motivated by social justice, but at the same time saw an interesting business opportunity and finds these two things equally important.

Therefore, I chose not to make distinct categories of motives, but to present which motivations were mentioned most often since it could be that someone values several motivations equally. The introduction made clear why there is need for more research on this topic. Furthermore, the theoretical framework will elaborate on the theoretical concepts and academic literature this research is built on.

2. Theoretical framework

The following pages show the need for more research on goldsmiths' motives to start using Fairtrade gold, and sum up the main debates in the field. First, attention is paid to the relationship between conflict and resource abundance. It appears that resource-abundant states are more prone to conflict, and this is one of the reasons why several initiatives have been taken to avoid conflict minerals from entering the legal market. Second, the main initiatives in the field are discussed. Here attention is specifically paid to gold and to initiatives in the Netherlands. Third, the fair trade system is explained, and so are the main debates in the fair trade field. Finally, the motives of fair trade customers and of social entrepreneurs are pointed out, in an attempt to predict the motives of goldsmiths to start using Fairtrade gold.

The literature on conflict minerals and social entrepreneurs points out that currently, goldsmiths and jewellers are key actors in promoting Fairtrade gold to consumers and making it into a success. However, up till now there is no academic literature that investigates Dutch goldsmiths' motives to start using Fairtrade gold. Therefore, it is of key importance to study why they chose to be involved in the Fairtrade gold program, and became social entrepreneurs. Moreover, it is only a very recent development that academics started to pay attention to the motives of social entrepreneurs, and that the importance of their position in the supply chain was acknowledged.

Similar research has been done in the United States by Cater, Collins and Beal (2015) in regards to fair trade products more generally. The authors studied the motives of American social entrepreneurs who sell all kinds of fair trade products. The research was conducted in the US and did not focus on fair trade gold, but on fair trade products in general. The article by Cater et al. (2015) shows that research has been done on both social entrepreneurship and the fair trade system, and that these fields are rarely combined in one research. Moreover, that American academics published a similar research when this research was in its final stage, shows the novelty of the topic. This article builds on the outcomes of the research by Cater et al. (2015) by studying social entrepreneurs who sell fair trade mining products.

2.1. Gold: A conflict mineral

Literature about conflict minerals focuses on two main debates. The first one is the resource curse; several authors state that there is a paradoxical relation between countries that possess a large amount of natural resources and their sometimes poor economies (Collier, 2007; Ross, 1999; Sachs & Warner, 2001). Furthermore, several authors claim there is a relation between resource abundance and civil war, but it is contested what the exact relation is between these two (Collier, 2000; Le Billon, 2001; Ross, 2002). The next two paragraphs provide a general

image about what is known about resource abundance, poverty and civil war, and will explain why so many initiatives have been taken to prevent conflict minerals from entering the legal markets.

2.1.1. The resource curse

Sachs and Warner (2001) and Collier (2007) state that resource-rich countries face negative economic consequences deriving from their geographical situation. Resource-rich countries face low GDP's and low economic growth. On the contrary, Brunnschweiler and Bulte (2008, p. 261) argue the opposite: they state that "... greater [resource] abundance leads to better institutions and more rapid growth." Following the line of thought by Sachs and Warner, countries possessing few amounts of natural resources are wealthier than countries possessing large amounts of natural resources (2001, p. 827). This is quite strange at first sight, since natural resources generally have a very high market value: take for example oil, diamonds, coltan or gold.

In his article, Ross (1999) poses three arguments explaining the resource curse. The first two arguments focus on the disadvantages of an economy that is primarily exporting primary commodities. Firstly, primary commodities make an economy dependent on industrialised economies. If an industrialised economy decides to produce less, then the resource-exporting economy will collapse. Secondly, primary commodities' prices are very much reliant on unstable, fluctuating price rates (Ross, 1999, p. 301). Also, industrialised economies are much more able to add value to their products, which makes them a superior power in economic terms compared to a resource-exporting economy. Thirdly, there is Dutch disease (Ross, 1999, p. 305). In the case of Dutch disease, the currency of an economy exporting large amounts of resources increases, which negatively affects all the other economic sectors in a specific country. The increasing currency eventually causes economic decline.

Additionally, Sachs and Warner (2001, p. 836) found a relation between resource-rich countries and authoritarian regimes. It appears that resource-rich countries more often have an authoritarian regime in comparison to resource-poor countries. Moreover, Robinson, Torvik and Verdier argue that resource-rich countries without well-functioning institutions stimulate "perverse political incentives" and clientelism (2006, p. 447). The article by Mehlum, Moene and Torvik (2006) and the chapter by Acemoglu and Robinson (2012) both support that resources can be a curse when institutions are not well-developed. It can be stated that the resource abundance comes with difficulties when a country has an unstable economy and institutional framework. The former three paragraphs illustrate the difficulties a resource-rich country could face. The next paragraph summarizes some of the most well-known connections between resource abundance and civil war.

2.1.2. Resource abundance and civil war

Resource abundance does not only hold a connection with negative economic effects. Furthermore, a number of authors argue that there is also a connection between resource abundance and civil war. Collier (2000) argues that rebel groups put greed before grievances when motivating their violence. According to Collier (2000, p. 110), “the combination of large exports of primary commodities, low education, a high proportion of young men, and economic decline drastically increases risks [on civil war].” Although Collier (2000) is highly criticised by various other academics, for instance Humphreys (2005), there is empirical proof available from several authors that state that resource abundance and civil war are sometimes interrelated (Le Billon, 2001; Ross, 2002).

Ross (2002) particularly shows connections between the lootability, obstructability and legality of natural resources in a particular country and their involvement in civil conflict. In a more general manner, Le Billon (2001, p. 581) appoints two specific relations between resource abundance and civil war: 1) civil war is often caused by disagreements over whom exactly is in control of the resource-rich areas and 2) resources are often used by rebel groups to finance their activities. Thus, resource abundance may trigger a problematic economic environment and civil war. The next question is, would it be possible to diminish the negative effects of resource abundance and if so, how?

In her article, Hoogvelt (2002, p. 26) appoints the consumer as being able to stop resource abuse. She emphasises the process of “conscious disengagement” between the North and the South. Moreover, Hoogvelt states: “Today there is evidence that consumer power is becoming an effective weapon in the struggle for environmental preservation in the North. Let us apply it for the sake of human survival in the South” (Hoogvelt, 2002, p. 26). Unconsciously, consumers are sometimes either supporting conflict or poverty and usually both at the same time. If, for example, mobile phone suppliers buy coltan from corrupt governments or rebel groups (Vice, 2012), then consumers who purchase these products may be unknowingly funding instability and conflict.

In order to create a more fair and ethical trading relationship between the North and the South, several initiatives were taken. An example of this is the fair trade movement. Currently, the fair trade system offers an alternative within a capitalist system. However, some economists oppose the idea of fair trade and argue that fair trade’s minimum price and premiums disturb the mechanisms of a capitalist economy, and even have negative effects on the development of the so-called Third World countries (Henderson, 2008; Maseland & De Vaal, 2002). Further on, the fair trade system is more thoroughly explained and several other critiques are pointed out. The next paragraph discusses the initiatives that were taken to prevent conflict minerals from entering the legal market.

2.1.3. Initiatives against conflict minerals

Over the past sixteen years, several initiatives tried to combat the use of conflict minerals, diamonds and gemstones. The conflict diamond was the first of these three materials that was fought against by several organisations. The most well-known and widespread initiative against the legal trade in conflict diamonds is the Kimberley Process.⁵ This international agreement between 81 countries has as its main goal to not let conflict diamonds enter the legal market (Kimberley Process, 2016). However, the Kimberley Process Certification Scheme (KPCS) has its limitations.⁶ A few years after the introduction of the KPCS, the movie *Blood Diamond* was released, and ex-supermodel Naomi Campbell was involved in a trial against Charles Taylor, the former president of Liberia, as she was given conflict diamonds by Mr. Taylor.⁷ Worldwide, media gave a lot of attention to Naomi Campbell's involvement in the trial against Charles Taylor, even prompting the Hollywood movie *Blood Diamond*, which had a gross revenue of \$171 million USD.⁸

Public awareness about conflict minerals increased, and international institutions and governments could not stay behind. The US introduced the Dodd-Frank Act in 2010, of which section 1502 particularly focuses on conflict minerals coming from the DRC. The law obligates US companies to report about where the minerals they use for their products come from. If it appears that those minerals originate in DRC, then the company has to work on incorporating due diligence requirements in the supply chain, and again, this should be reported to the government.⁹ The OECD Due Diligence Guidance for Responsible Supply Chains of Minerals from Conflict-Affected and High-Risk Areas was the basis for the part of the Dodd-Frank Act that focuses on conflict minerals.¹⁰

After that, the OECD Due Diligence Guidance was also adopted by the EU.¹¹ However, the EU does not obligate companies to comply with the OECD Due Diligence Guidance, as can be read

⁵ Basic information on how the Kimberley Process Certification Scheme (KPCS) works can be found on <http://www.kimberleyprocess.com>.

⁶ This briefing by Global Witness sums up what the limitations of the KPCS are. Moreover, the research report that can be downloaded on the same page, shows how in the particular case of Zimbabwe the KPCS fails to prevent that conflict diamonds enter the legal market. Source: <https://www.globalwitness.org/en/campaigns/conflict-diamonds/kimberley-process/>.

⁷ More about the trial can be read on <http://www.theguardian.com/world/2010/aug/09/naomi-campbell-testimony-blood-diamonds>.

⁸ <http://www.the-numbers.com/movie/Blood-Diamond#tab=box-office>.

⁹ PriceWaterhouseCoopers published an article that explains what the Dodd-Frank Act section 1502 actually means for companies: <http://www.pwc.com/us/en/financial-services/regulatory-services/publications/assets/closer-look-conflict-minerals-disclosures.pdf>.

¹⁰ More about the OECD Due Diligence Guidance can be read here: <http://www.oecd.org/corporate/mne/mining.htm>.

¹¹ More about how the EU adopted OECD's Due Diligence Guidance can be read in their press release: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-14-157_en.htm.

in a report published by SOMO (Centre for Research on Multinational Corporations).¹² Therefore, SOMO strongly recommends the European Union to make their policy legally binding. It can be stated that there is an increase, or a trend, in governments pushing companies to take their responsibility regarding supply chain due diligence. When looking specifically at the Netherlands, on June 9th 2015, the Dutch Ministry of Foreign Affairs organised the National Roundtable for Gold. Several Dutch stakeholders discussed how the supply chain for gold could be made more fair and transparent, and what they can do about it. The goal of the event was to make a start for a joint approach and to produce a covenant on how to increase fairness and transparency in the supply chain for gold.¹³

In the 2010s, Global Witness released several reports on conflict minerals¹⁴, as did the Dutch organisation SOMO. Furthermore, the Alliance for Responsible Mining (ARM) and Fairtrade International together designed a standard for ethically-mined gold¹⁵, and charity organisations Solidaridad¹⁶ and Comic Relief¹⁷ both helped several mines in South America and Africa to reach the standards set by either ARM or Fairtrade International. Jeweller and activist Greg Valerio initiated the search for ethically-mined gold, bringing ARM and Fairtrade International together and helped designing a standard. Valerio wrote a book about it and described the whole process, which shows the important role that jewellers can play in this.¹⁸ Nowadays he is still active as a jeweller and sells jewellery made with either Fairtrade gold or silver and responsibly mined diamonds and gemstones.

As stated in the latter paragraph, ARM and Fairtrade International initially presented the first standard for ethically-mined gold together, and named it the Fairtrade and Fairmined standard for gold.¹⁹ After a few years, the cooperation between ARM and Fairtrade International came to an end and the Fairtrade license is now provided by Fairtrade International and the

¹² The SOMO report on European due diligence policies regarding conflict minerals can be downloaded here: http://www.somo.nl/publications-nl/Publication_4003-nl/?searchterm=.

¹³ All documents that report about the National Roundtable for Gold can be read via: http://www.profundo.nl/page/show/thema-s/p722#_2015_p-722.

¹⁴ Information on Global Witness's conflict minerals campaign can be found here: <https://www.globalwitness.org/en/campaigns/conflict-minerals/>.

¹⁵ The initial standard can be downloaded via http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2012_08_07_FTFM-v2-EN_Consultation_Annex.pdf.

¹⁶ This video shows how Solidaridad helps mines in Peru and Colombia to work towards the Fairtrade/Fairmined standards: <http://www.solidaridadnetwork.org/news/travel-with-bibi-van-der-velden-to-the-gold-mines-of-peru>.

¹⁷ More information about how Comic Relief helped mines in East Africa can be read here: <http://www.fairtrade.org.uk/en/media-centre/news/march-2016/comic-relief>.

¹⁸ Valerio, G. (2013). *Making trouble: Fighting for fair trade jewellery*. Oxford, UK: Lion Hudson Plc.

¹⁹ The initial standard can be downloaded via: http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2012_08_07_FTFM-v2-EN_Consultation_Annex.pdf.

Fairmined license is provided by ARM. Both standards slightly differ, but their goal is the same: ensuring a better position for artisanal and small-scale mine workers. Both parties employ the same standard regarding minimum price (95% of the LBMA-price), but differ in their policies regarding the payment of premiums.²⁰

In the Netherlands, two Dutch NGOs Solidaridad and Stichting Max Havelaar/Fairtrade Netherlands both put effort into making consumers aware of the circumstances in which millions of artisanal and small-scale mine workers have to dig for gold on a daily basis. Their position is interesting, since Solidaridad or Stichting Max Havelaar/Fairtrade Netherlands do not sell fair trade gold themselves. Therefore, they need jewellers and goldsmiths to take up the initiative and to start making jewellery with fair trade gold. They are the ones that play a large role in either turning fair trade gold into a success, or not. The current research focuses on why goldsmiths choose to work with Fairtrade gold, but before Fairtrade gold is explained more thoroughly it is necessary to explain the fair trade system and its critiques.

2.2. The fair trade movement

As mentioned in the previous section, the fair trade movement is one of several movements that poses to challenge the unequal relations in international trade. Several initiatives gathered informally under FINE in 1998 in order to create a clear definition of what fair trade entails according to these organisations. Fairtrade International (FI), the World Fair Trade Organization (WFTO), the Network of European Worldshops (NEWS!) and the European Fair Trade Association (EFTA) were involved in this process. Together they formulated this definition:

“Fair Trade is a trading partnership, based on dialogue, transparency and respect, that seeks greater equity in international trade. It contributes to sustainable development by offering better trading conditions to, and securing the rights of, marginalized producers and workers – especially in the South. Fair Trade Organizations, backed by consumers, are engaged actively in supporting producers, awareness raising and in campaigning for changes in the rules and practice of conventional international trade” (A charter of fair trade principles, 2009, p. 6).

Fairtrade International is the umbrella organisation of an initiative that started in the Netherlands in 1988. Fair trade coffee from Mexico was sold by the Max Havelaar brand, which

²⁰ The Fairmined standard for gold from artisanal and small-scale mining, including associated precious metals can be downloaded via the link beneath. On page 44, more information is provided on the Fairmined premium:
http://www.responsiblemines.org/images/sampledata/EstandarFairmined/Fairmined%20Std%20%2000_2014%20ENGLISH.pdf.

refers to the main character of a well-known Dutch book of the same name. The character of Max Havelaar opposed the way in which workers on coffee plantations were treated by their Dutch colonisers (Max Havelaar, 2013a). Right after the launch of Max Havelaar, several fair trade brands spread across Europe and North America. Fairtrade International was launched in 1997 in Bonn to secure for coherence between the different fair trade labels (Renard, 2003, p. 90).

2.2.1. The fair trade system

Fairtrade International focuses on two main objectives. The organisation aims to provide farmers, miners and other workers at the start of the supply chain with: 1) the ability to acquire a stronger and more powerful position within their supply chain, and 2) the ability for workers to improve their income, and with that, their quality of life (Max Havelaar, 2013b). The entire supply chain of Fairtrade products should actually be Fairtrade; however, bad payment and working conditions are often found at the start of the process. The latter can be appointed by three main reasons: 1) the speculation on financial markets opposes a stable price, 2) small-scale farmers have only a limited bargaining position and 3) climate change can negatively influence workers in the agricultural sector (Max Havelaar, 2014, 0:54-1:04). Morton (2007) argues that smallholder farmers in so-called third world countries are particularly vulnerable to climate change, since they are not able to properly deal with the changes due to amongst other things their socioeconomic and geographic position. How is it possible that farmers and workers at the start of the supply chain are in such a vulnerable position?

According to Roozen and Van der Hoff (2001, p. 145), power relations between the different actors in the supply chain are shown by how much money those different actors earn from selling the product. It is the interplay between supply and demand that decides the world market price of most raw products. Farmers and other workers are not able to influence that price, but they do suffer most when that world market price is very low. Furthermore, farmers and other workers are often not able to unite and to form a strong negotiation partner when they have to sell their products to middlemen. Very often farmers and other workers have to comply with the price that is suggested by middlemen, because that is the only option they have for selling their products (Roozen & Van der Hoff, 2001, p. 145). Avoiding middlemen will provide farmers and other workers automatically with a higher price, because it results in less actors in the supply chain (Roozen & Van der Hoff, 2001, p. 142). However, it is hard to do so, because a lot of farms are situated in rural areas and often farmers are not able to transport their products to the nearest city themselves and thus are dependent on middlemen (Stenn, 2013, p. 66).

In order for farmers or other workers to receive Fairtrade certification, they have to comply with the following criteria: 1) small-scale farmers or workers have to work together in

democratic cooperatives, 2) all workers should have the right to participate in a trade union, 3) all workers should have sufficient incomes, housing and health and safety standards, 4) forced and child labour should be prohibited, and 5) several measures should be taken to protect the environment (Renard, 2003, p. 90), such as avoiding genetic modified organisms and using water carefully (Max Havelaar, 2014, 02:16-02:23). In order to secure for independence monitoring, the separate organisation FLO-Cert is responsible for the certification process and checks regularly if the cooperatives live up to the standards (Max Havelaar, 2013b).

The system of democratic cooperatives used in Fairtrade provides farmers with several benefits. First, the farmers can negotiate with buyers as a group, which provides them with a better bargaining position. Second, together they can more easily invest in large, expensive equipment and third, they can exchange their knowledge by interacting with each other and sharing experiences. Moreover, Fairtrade International is able to offer loans when workers do not possess the resources to invest in the equipment by themselves (Max Havelaar, 2014, 01:20-01:35). When agreeing on certification, Fairtrade International and the farmers or workers agree on these terms: 1) the seller of the end-product directly purchases the raw products from the democratic cooperative, 2) the seller of the end-product pays a stable minimum price per unit, 3) on top of the minimum price, the seller of the end-product pays a premium which can be spent on something that benefits the whole community (Renard, 2003, p. 90).

The success of Fairtrade International is, according to Goodman (2004) and Reynolds (2000), linked to Fairtrade's marketing strategy. By actively linking producer to consumer in the product's marketing, "[f]air trade consumers in New York, London, and San Francisco 'see', 'experience', and 'act' on the livelihood struggles of coffee producers in Southern Mexico, Nicaragua, and Tanzania" (Goodman, 2004, p. 903). Goodman (2004, p. 891) writes about creating a 'transnational moral economy' by producing 'political ecological imaginaries'. Both the fair trade system as well as the marketing strategy occur to be quite successful; however, several academics criticise the system's practical implications.

2.2.2. Critiques on the fair trade system

One of the main debates within academic literature is whether or not fair trade products should become part of the mainstream market. Even though a lot of fair trade products are already available via mainstream sales channels, the pros and cons are highly debated (Ballet & Carimentrand, 2010; Gendron, Bisailon, & Rance, 2009; Jaffee, 2010; Jaffee & Howard, 2010; Low & Davenport, 2005; Low & Davenport, 2006; Reed, 2009). The debate around mainstream is connected to the debate around what the fair trade movement should try to accomplish. Should it be an alternative within the current system, or should it try to change the current system?

Those authors who see fair trade products as an alternative within the current system, available via mainstream sales channels, would probably take a more positive standpoint regarding mass balancing compared to the more 'activist' authors. Mass balancing can be used in order to make fair trade products more easily available in large quantities. A fair trade product is mixed with the regular variant of the product, which means the product is not 100 per cent fair trade anymore and consequently, full-traceability cannot be guaranteed any more (Neumann, 2011). However, the selling price decreases and this results in more demand for the product. In 2011, Fair Trade USA decided to stop their membership with Fairtrade International in order to be able to implement the model of mass balancing in their production (Neumann, 2011).

Sales in fair trade products have grown over the past years (Davies & Ryals, 2010; Dragusanu, Giovannucci, & Nunn, 2014; Renard, 2003; Reed, 2009; Wielechowski & Roman, 2012) and the positive effects of the fair trade system are proven in studies by for instance Bacon (2004) and Lyon (2007). They argue that alternative trading models can definitely make a contribution to the level of development in the producing countries. In addition, Reynolds (2000, p. 297) claims that fair trade holds "... the agro-food system away from oligopolistic transnational corporations infamous for their socially and environmentally destructive business practices." Although positive and encouraging literature can be found on the supposed effectiveness of the fair trade system, practical implications may sometimes be very different from what is envisioned.

For example, Getz and Schreck (2006) analysed the situation at a fair trade farm in the Dominican Republic. The authors found that some of the farmers were not fully aware of how the fair trade system is different from the regular system. Furthermore, the authors found that there were more farmers willing to become fair trade, but they were not accepted because of the relatively small demand for fair trade products in the North (Getz & Schreck, 2006, pp. 497-498). Getz and Schreck (2006) argue that the image of consumers in the North is incompatible with what sometimes actually happens on the producer side in the South.

Reed (2009, pp. 6-7) argues that producers still feel that they have too little power in the decision making process compared to the retailers and representatives from Fairtrade International. A research conducted by researchers from the Fair Trade, Employment and Poverty Reduction (FTEPR) project in Uganda and Ethiopia, comes up with three critiques regarding the functioning of Fairtrade International. Firstly, in Uganda and Ethiopia, the coffee and tea plantations, which are most likely to be able to reduce poverty because they already pay their employees relatively well, are not certified by Fairtrade International (Cramer et al., 2014, p. 123). Secondly, Cramer et al. (2014, p. 123) argue that auditors at FLO-Cert should, during their regular checks, not only interview workers which are appointed for an interview by the farm's management. They should also randomly ask other workers to evaluate the situation.

Thirdly, several researchers of the FTEPR research discovered underage girls casually working at Fairtrade certified farms in Uganda and Ethiopia (Cramer et al., 2014, p. 124). Those casual workers were not hired during checks by FLO-Cert. Although critiques can be appointed to the fair trade system, it tries to offer an alternative to the conventional trade.

2.3. Fairtrade gold

What does Fairtrade gold exactly entail? Fairtrade gold is – together with other precious metals – the latest certified product of Fairtrade International. Whereas Fairtrade International usually certifies agricultural products, gold, silver and platinum are the first products in the artisanal and small-scale mining (ASM) sector that have received certification (Fairtrade standard for gold, 2013, p. 68). The thesis focuses on gold and not on silver or platinum, because currently there is a lot more Fairtrade gold available in comparison to silver and platinum. About 85 per cent of the mining sector is dominated by middle- and large-scale mining companies and only 15 per cent of precious metals are mined via artisanal and small-scale workers. However, the latter workers make up for 90 per cent of all workers active in the sector, because large-scale mining companies mechanized the larger part of their mining activities (Fairgold, 2014, “What is ASM?”). Artisanal and small-scale miners face the same benefits as agricultural workers with Fairtrade certification, but some of the certification terms are adjusted to the ASM-sector, such as the safe use of cyanide and mercury when producing gold (Fairtrade standard for gold, 2013, pp. 29-37).

Moreover, the minimum price for Fairtrade gold is equal to 95 per cent of the minimum price for gold, as decided by the London Bullion Market Association (LBMA). This is slightly less than the general minimum price as decided by the LBMA, but according to Fairtrade gold, still higher than the 70 per cent that is received by workers not involved with Fairtrade (Fairgold, 2014, “How will the Fairtrade minimum price...”). The minimum price for Fairtrade certified products is decided through consultation rounds, organised by Fairtrade International. In the case of Fairtrade gold, miners, exporters, buyers, jewellers and goldsmiths together decided on a minimum price of 95% of the LBMA-price (F. Butt, personal communication, May 22, 2015). In addition to the minimum price, small-scale miners receive a \$2.000 USD premium per kilo gold (Fairtrade standard for gold, 2013, p. 66).

Currently there are two Fairtrade certified mines in Peru, as well as three mines in Uganda, Tanzania and Kenya that are working towards certification (Fairgold, 2014, “Where are the miners Fairtrade...”). As mentioned before, the Fairtrade standard for gold (2013) has adopted regulations to secure a safe use of cyanide and mercury in the process of mining gold. A few examples of these regulations are that: 1) if it is not necessary to use mercury when recovering gold, the use of mercury is not allowed (p. 29), 2) moreover, when licensed by

Fairtrade International, the mining cooperation has to seek for alternative methods for recovering gold to decrease the use of mercury (p. 32), 3) when using mercury, workers have to be informed about the risks and they have to be properly protected, e.g. wearing gloves (pp. 30-31), 4) toxic chemicals have to be stored somewhere safe, and definitely not in domestic places (p. 33), 5) cyanide has to be “detoxified in a lined pond or tank before discharge” (p. 33), and 6) the disposal of toxic chemicals has to be properly taken care of. The chemicals are disposed by experienced workers, and are not disposed near any location that is connected with water (pp. 35-36).

These measurements influence both the mine workers’ labour conditions and the broader environmental conditions. It is difficult to exactly distinguish labour conditions from environmental conditions, since these are often intertwined. Prohibiting mine workers to have direct contact with toxic chemicals is clearly a regulation to enhance labour conditions, whereas prohibiting the disposal of toxic chemicals near water sites both influences the mine workers’ health and the environment. Via this way, mine workers are not intoxicated by the chemicals and environmental damage is minimized. The above paragraphs showed how the Fairtrade system generally works for mine workers. Thus, Fairtrade gold is produced by artisanal and small-scale mine workers under ethical circumstances, both regarding labour and environment.

2.3.1. Who buys Fairtrade gold?

In the Netherlands, Fairtrade gold is sold to three different buyers: jewellers, goldsmiths and an ethical mobile phone supplier, Fairphone.²¹ For jewellers and goldsmiths, there are two separate systems. One is meant for organisations that buy large quantities of gold, which are mostly jewellers. The other system is meant for organisations that buy relatively small quantities of gold, which are mostly goldsmiths.²² The system that is mostly used by jewellers is called the ‘classical license model’ (see Figure 1). Within this system, the jeweller is allowed to stamp the Fairtrade mark in the end-product after approval of the Fairtrade organisation in that particular

²¹ More information on why and how Fairphone incorporated fair trade gold in their supply chain can be found on <https://www.fairphone.com/2016/01/27/how-we-got-fairtrade-certified-gold-in-the-fairphone-2-supply-chain/>.

²² In the Netherlands, the difference between a goldsmith and a jeweller is shown in either the education they had, and/or in the type of products they sell. Goldsmiths primarily sell hand-crafted pieces of jewellery they made themselves, and were educated with the proper techniques and skills to do so. More often than at a jeweller, pieces of jewellery made by a goldsmith are one-of-a-kind, or come in a small series. Jewellers primarily sell jewellery they bought from other producers, and can be categorized more as tradesmen. And therefore, jewellers can have another educational background than goldsmiths. However, the difference is not as black-and-white as presented here. There are goldsmiths who, besides their own products, sell pieces of jewellery made by others, and jewellers who also craft bespoke jewellery for customers.

country. Depending on how much Fairtrade gold the jeweller sells, a license fee is charged (Butt, 2015).

The other system is called the ‘goldsmith registration scheme’ (see Figure 2) and is only applicable to goldsmiths who do not buy more than 500 grams of gold a year (Butt, 2015). It is argued that if a goldsmith is able to process more than 500 grams of gold a year, then s/he is also able to pay the license fee required in the classical license model (F. Butt, personal communication, May 22, 2015). Members of the goldsmith registration scheme do not pay a license fee. They buy their gold from the wholesaler, who is a member of the classical license model. The wholesaler asks the goldsmith for a contribution for the license fee that the wholesaler has to pay to the Fairtrade organisation in that particular country. It is clear that the goldsmith registration scheme is a cheaper and easier way to buy Fairtrade gold in comparison to the classical license scheme. Figure 1 and 2 are derived from a PowerPoint presentation that is used to explain the two models to potential new license holders or registered goldsmiths (Butt, 2015).

Classical License Model



- All operators registered within the Fairtrade system are audited against the standards.
- Gold monitored through the supply chain- volume reconciliation and separate processing required to ensure full physical traceability.
- Final product certified and stamped after approval.
- License fee charged on volume of certified gold in the product sold.

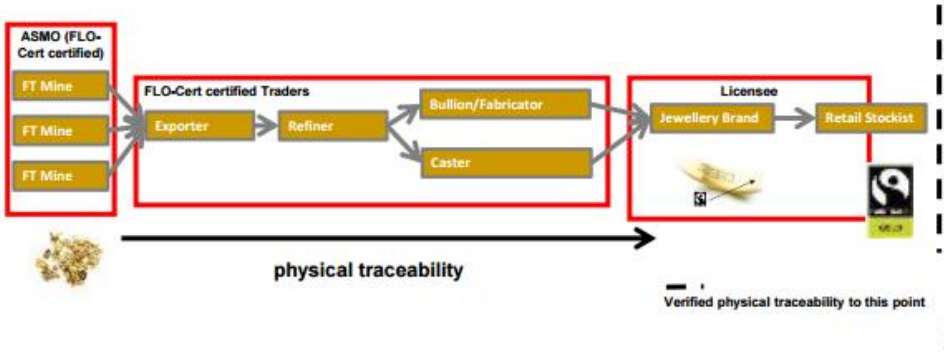


Figure 1. Classical license model (Butt, 2015, slide 14)

Goldsmith Registration Scheme



Applicable to businesses less than 500g of gold/platinum or 2kg of silver per annum

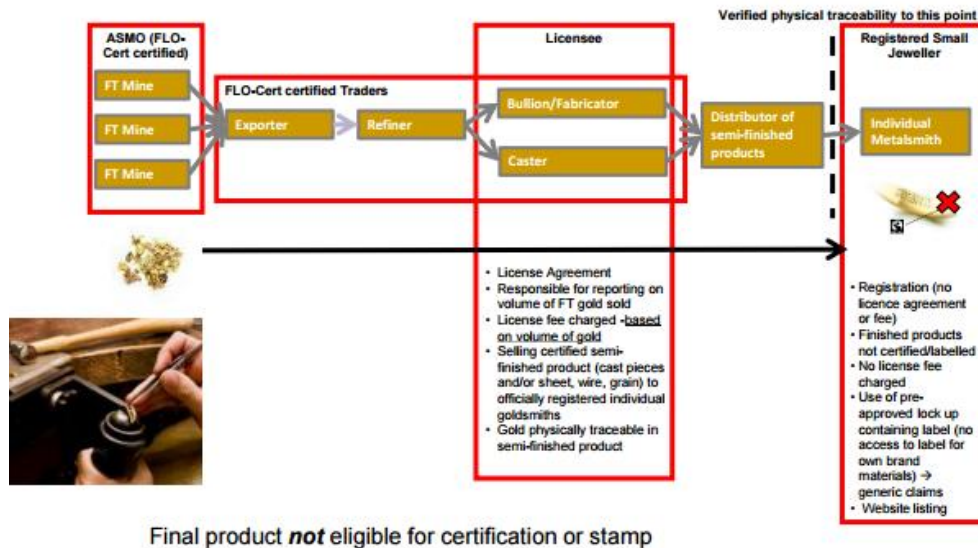


Figure 2. Goldsmith registration scheme (Butt, 2015, slide 15)

2.3.2. Critiques on fair trade gold

Similar to fair trade agricultural products, fair trade gold is also critiqued by academics. The next paragraph shortly explains what is written about fair trade gold mining practices. To my knowledge, fair trade gold has only appeared twice in academic literature. Hilson (2008) studied a fair trade gold initiative in Ghana and argues that the government of the host country should be more involved in the certification process for fair trade gold. At the moment, “governments are rather working diligently to collect the gold produced by artisanal miners *in-country* because it makes important contributions to their foreign exchange” (Hilson, 2008, p. 390). Furthermore, most of the current taxation systems in host countries are not ready for systems of direct purchase, which means a government’s financial situation can deprive when the number of fair trade certified gold mines increases. However, Hilson (2008) is not clear on exactly how those taxation systems have to be changed. The author also mentions that in order to be able to receive fair trade certification – or any other form of certification – the cooperative of miners must be a legal entity. Besides, mining legislation is relatively new in many underdeveloped countries and focuses on large-scale mines. Therefore, it can be challenging for artisanal and small-scale mining cooperatives to receive the status of a legal entity (Hilson, 2008, p. 392).

Additionally, Childs (2014) argues that Fairtrade International's initiative to certify gold has also triggered other organisations to certify gold, but under less strict conditions. Two examples of this are initiatives by African Precious Metals (APM) and the Federal Bank of the Middle East (FBME). The latter development can lead to confusion and mistrust in the concept of fair trade (Childs, 2014, p. 128). Moreover, Hilson (2014) makes a similar argument regarding fair trade gemstones. To conclude, adapting the fair trade certification system for agricultural products to products coming from the mining sector is a difficult process that faces challenges and setbacks, due to the sector's high-level of illegality and corruption. To come back on the research question, the next paragraph shows why it is important to look at the goldsmith's role in the Fairtrade gold system. After that, more information on the supply-side of the fair trade system is provided.

2.3.3. The role of goldsmiths in the Fairtrade gold initiative

A consumer is not able to purchase Fairtrade gold directly. The gold has to be part of an end-product, and currently, this will most likely be either a piece of jewellery or an electronic device. In the Netherlands, goldsmiths are by far the largest group of entrepreneurs purchasing Fairtrade gold. Therefore, they play a crucial role in promoting and selling Fairtrade gold. Keeping this in mind, it is interesting that there is little academic attention to the role of these so-called social entrepreneurs in the supply chain of various fair trade products. Further research will make a valuable contribution to the current literature, since conflict minerals, the fair trade system and social entrepreneurship are relatively new fields of research. By combining them, this thesis will provide both an innovative, as well as relevant contribution, to the current literature. The next paragraphs show how the supply-side of the fair trade system is built up.

2.4. Fair trade consumerism

Not a lot of research has been conducted on why middle-men such as goldsmiths would start selling fair trade products. This makes sense, because the agricultural products labelled by Fairtrade International (FI) are mostly sold in either supermarkets or world shops. Research has been conducted on why supermarkets or other large businesses would like to sell fair trade products (Bezencon & Blili, 2011). This is elaborated upon in the next paragraph, 'social entrepreneurship'.

A great deal of research has been conducted on consumer behaviour regarding fair trade products. Doran (2009) found that someone's personal values are of much more importance when it comes to buying behaviour regarding ethical products than someone's demographic data or taste preferences. This is in line with the findings of Ma and Lee (2012, p. 622), who state that "fair trade purchasers show a higher level of self-transcendence (universalism,

benevolence) and openness to change values (self-direction, stimulation) than non-purchasers.” Doran and Natale (2011) found that non-religious consumers were more willing to pay for fair trade products when compared to religious consumers. Of the religious group, Buddhists were most willing to pay for fair trade products. This is interesting, because charity, and giving to the poor, is an important activity of a number of religious movements. Ladhari and Tchetchna (2015, p. 476) argue that promoting fair trade products should trigger someone’s personal values by stating that: “... [C]ommunication should emphasize equality and social justice referring to values such as unity with nature, equal opportunity for all, brotherhood, and correction of unfairness.”

Whereas Ma and Lee (2012) studied the American consumer market, Pedregal and Ozcaglar-Toulouse (2011) studied the French consumer market. Contrary to Ma and Lee (2012), the authors state that demographic data do matter, because “... fair trade goods are purchased in significantly higher proportions by executive class people, individuals with a postgraduate education, urban dwellers and high-income earners” and furthermore, that “... a lack of access to information and financial resources can explain consumers’ refusal to purchase fair trade products” (Pedregal & Ozcaglar-Toulouse, 2011, p. 655). Adding to the research by Didier and Lucie (2008), Andorfer and Liebe (2015, p. 343) argue that there is a small group of consumers who buy ethical products and that new consumers can be persuaded by price offers, but not by moral appeals or by providing extra information on fair trade.

Research on consumer behaviour regarding fair trade products is extensive, but also incoherent, since almost all studies are country-specific and focussed on one fair trade product in particular. The articles mentioned above give a general overview of the conducted research on consumer behaviour, but the list continues.²³ Difficult about these studies is that they are not necessarily representative for a global fair trade consumer, if something like that would even exist. However, since middle-men often own small businesses and are self-employed, their motives to sell fair trade products might be similar to the motives of consumers to buy fair trade products, and therefore it is important to try and identify common patterns in this body of scholarship.

The previous research was focused on ethical commodity products, not on ethical luxury products, of which gold could be considered to belong to. Davies, Lee and Ahonkhai (2012) found that there is a market for ethical luxury products, but this market is smaller than the market for ethical commodity products. This has amongst other things to do with the ‘fallacy of

²³ De Pelsmacker, Driesen, and Rayp (2006) and De Pelsmacker, Janssens, Sterckx, and Mielants (2006) conducted research on fair trade consumer behaviour in Belgium. Mahe (2010) focussed on consumer buying behaviour regarding fair trade bananas in Switzerland, Becchetti and Constantino (2010) give a general overview of the development of the fair trade market in Italy, and Taylor and Boasson (2014) conducted research on fair trade consumerism in Michigan, USA.

clean-luxury'. Consumers presume that luxury products face less unethical practices in comparison to commodity products. Moreover, according to Davies et al. (2012, p. 45), ethical commodity products are much more promoted in comparison to ethical luxury products. Creating more awareness and providing more information that removes the consumer's assumption of the 'fallacy of clean-luxury' might create a small market for ethical luxury products. Regarding electronic devices, initiatives in the Netherlands such as Closing the Loop and Fairphone try to create more awareness for the conflict minerals in electronic devices, but this is still in an early phase.

Achabou and Dekhili (2013) analyzed the use of recycled materials in luxury clothing. They found that those products were less appealing to consumers than luxury products not (partly) made of recycled materials. The authors appoint this finding to the consumer's inability to unite a luxury product with the phenomenon of recycling. Achabou and Dekhili (2013, p. 1896) state that: "Despite the increasing concerns of consumers about the preservation of the planet, the responsible behaviour of the brand remains a secondary selection criterion and consumers of luxury goods primarily focus on the intrinsic quality of the product." Moreover, consumers value product quality or the reputation of the brand to be more of value to their decision. Outcomes of this research would imply that the luxury jewellery market is a difficult one to establish brands that present themselves as ethical, or fair trade.

This is interesting, since a large amount of gold in the jewellery sector is already recycled – more on that can be read later on in this chapter – however most customers are not aware of this. So this might imply that if customers do not know that the used materials are recycled, it has no effect on how they see the brand. Nonetheless, if a brand presents itself as ethical, then this could affect how luxurious the brand is perceived. Achabou and Dekhili (2013) studied the market for luxury clothing, so it could also be that recycling or fair trade influences the jewellery market in a different way.

Griskevicius, Tybur and Van den Bergh (2010) argue that it is possible to trigger consumer demand by elaborating on social status motives. The authors state that "... [S]tatus motives increased desire for green products when shopping in public (but not private) and when green products cost more (but not less) than nongreen products" (Griskevicius et al., 2010, p. 392). This status incentive – 'keeping up with the Joneses' – might be an effective method to create demand for ethical luxury products. As mentioned by Carrington, Neville and Whitwell (2010), it is difficult to fully understand buying behaviour regarding ethical products. Amongst studies on ethical luxury products, clothing is the most explored field.

What can be concluded is that there is a huge difference in consumer's buying behaviour regarding ethical commodity products when compared to consumer's buying behaviour for ethical luxury products. It is difficult to predict why goldsmiths would start using Fairtrade gold,

or why consumers would buy it, but the literature above provides some possible answers. Moreover, it is worth exploring the motives of social entrepreneurs, since goldsmiths selling Fairtrade gold can be categorized as a social entrepreneur.

2.5. Social entrepreneurship

Small entrepreneurs may have the same motives for buying fair trade products as consumers, but there may also be important differences. A consumer can buy a fair trade product once, without any further implications. However, an entrepreneur has to resell the bought products, preferably for a profitable rate. Research by Cater, Collins and Beal (2015) shows that US fair trade social entrepreneurs are motivated by either religion, ethics or faith to start selling fair trade products. Cater et al. (2015) foresaw that altruism and social justice could explain why a business would want to sell fair trade products. The authors base their assumptions regarding altruism on research by Romani, Grappi and Bagozzi (2013) and Schultze, Lubatkin and Dino (2003), and refer to Maseland and De Vaal (2002) for their assumption about social justice.

According to Huybrechts (2015, p. 231) social entrepreneurship is “in short, developing an economic activity as a tool to pursue a social mission.” As can be read in Dacin, Dacin and Matear (2013) and in Zahra, Gedajlovic, Neubaum, and Shulman (2009), there is contestation regarding the precise meaning of social entrepreneurship. In this research, I employ Huybrecht’s rather simple definition, as mentioned in the first sentence of this paragraph. By using this definition, goldsmiths using Fairtrade gold can be referred to as social entrepreneurs and the definition is not made more narrow or difficult than necessary. Moreover, with this definition, Huybrechts (2015) summarizes the existing definitions by showing what they have in common.

Cater et al. (2015) suggest that fair trade social entrepreneurs are likely to be triggered by altruism and social justice, but that they can also have religious or business motivations. Other academics categorized the motives of social entrepreneurs in different ways. For instance, Germak and Robinson also conducted research on the motives of social entrepreneurs and concluded that the motives of their respondents can be divided in five categories: personal fulfilment, helping society, non-monetary focus, achievement orientation, and closeness to social problem (2013, p. 18). Boluk and Mottiar state that next to social objectives, the following categories of motives can be distinguished: lifestyle, ‘acknowledgement and entering a network’, and profit (2014, p. 59). Different groups of social entrepreneurs were interviewed in the research mentioned above, and the conclusion and discussion sections will elaborate on how the outcomes of the master’s thesis fit into the current research on social entrepreneurship.

Cater et al. (2015) mention that in some cases, participants can experience critical incidents that can make them change things business-wise, as stated by Cope and Watts (2000). It could be that goldsmiths also faced triggering events before starting to work with Fairtrade

gold. The final paragraph of this chapter elaborates on the (dis)advantages of recycled gold in comparison to fair trade gold.

2.6. What about recycling?

Fair trade gold differs from other fair trade products, since it is not an agricultural product and it can be recycled over and over again. The latter raises another question: what is better, recycled gold or fair trade gold? As Hagelüken and Cortl state, “[w]ith a lower carbon footprint than primary-mined gold, recycled gold represents an important ‘green’ source” (2010, p. 209). Recycled gold might be better with regard to global environmental damage. On the other hand, gold continues to be mined in deprived areas and here the fair trade system offers an alternative. The results chapter shows the goldsmiths’ view on this discussion and points out the different ways of looking at this discussion.

As mentioned in the results section, Bijou Moderne, one of the Netherlands’ largest wholesalers of gold and silver semi-finished products for the jewellery industry, stated that 90 to 95 per cent of their products are made with recycled materials (S. Helmink, personal communication, 23 March 2016). Thus, a lot of the materials where goldsmiths work with are made from recycled gold, and this is already better for the environment than mining gold. A strategic report commissioned by the Dutch Ministry of Foreign Affairs concluded that “[i]f the world had reused or recycled less than 3% of the existing gold supplies in 2012, it could have satisfied 100% of global demand” (Van Gelder & Smit, 2015, p. 8). Thus, recycling gold is a great alternative for mining gold.

However, the gold market is a complicated market, and chances are minimal that existing gold supplies will be recycled in the future and mining gold becomes unnecessary. A large amount of gold is held in stock by states, banks, other organisations and individuals as a way to secure their position. Not only is buying gold a reliable way to invest money for individuals, for banks and states another argument is of importance. If currencies become worthless, or decrease significantly in value, banks and states will still be able to participate in international trade since they are able to sell their buffer of gold. The chances that this will happen are miniscule, but still states and banks have interests in buying more and more gold, as a way to secure their positions in case of an economic crisis. According to O’Connell et al., an estimated 44 per cent of all gold worldwide is used as an investment, or bought by the Central Bank (2014, as cited in Van Gelder & Smit, 2015, p. 23). This is the economic side of gold, and in a nutshell, it is one of the reasons why so much gold is mined every year. Buying gold is a very save way of investing money.

The reason why gold is mined artisanal and on a small scale, is because people in a deprived situation and with a lack of education or alternatives perceive mining gold as a way to

make money quickly and relatively easily. This part of the gold mining industry is where the fair trade system tries to intervene and poses to offer an alternative. Recycling gold will not contribute to improving the situation of artisanal and small-scale mine workers in a sustainable manner. Therefore, from my point of view, recycling gold is the option where the environment mostly benefits from, and mining gold in an ethical manner is the option where the people mostly benefit from.

3. Methodology

During the process of conducting data for this master's thesis, I tried to find an answer to the question: Why would Dutch goldsmiths involve themselves in the Fairtrade gold registration scheme? This chapter explains how the data was gathered and analysed.

3.1. Research strategy

This research was conducted from the ontological point of view of constructivism, which “[...] asserts that social phenomena and their meanings are continually being accomplished by social actors” (Bryman, 2012, p. 33). The epistemology and the way in which this research was conducted can be seen as part of interpretivism, which is explained by Bryman as that “It is predicated upon the view that a strategy is required that respects the differences between people and the objects of the natural sciences and therefore requires the social scientist to grasp the subjective meaning of social action” (2012, p. 30).

In line with the former sentence, grasping the subjective meaning of social action in this research means finding out what motivates Dutch goldsmiths to start working with Fairtrade gold. Since no research has been conducted on this phenomenon before, the way of going about this can be seen as inductive, because new theory is developed (Bryman, 2012, p. 36). Everyone has his/her own way of making decisions, and it is the researcher's challenge to find a pattern in this dynamic process. Arguments explaining the choice for a research sample and design that both fit these epistemological and ontological standpoints are explained in the following paragraphs.

3.2. Research design

In 2012, there were 1266 active gold- and silversmithing businesses in the Netherlands (Rouwenhorst & Van Helden, 2013, p. 109). In June 2015, when I started conducting the interviews, 46 Dutch goldsmithing businesses were registered at the goldsmiths registration scheme. Since only around four per cent of all Dutch gold- and silversmithing businesses are involved in the Fairtrade gold program, the registered goldsmiths can be seen as a separate community within the jewellery industry. Since the research sample is quite small, I was able to do qualitative research, while still managing to interview more than half of the sample.

The research is focussed on goldsmiths and not on jewellers, because when I started conducting the interviews, there were only few jewellers involved in the Fairtrade gold program. Not enough jewellers were registered to build a master's thesis research around. However, in the future they might be an interesting group to add to the analysis. The motives of jewellers might differ from goldsmiths, because jewellers own larger businesses and therefore more

people might be involved in the decision making process. Therefore, it might be that the decision to start using Fairtrade gold is more based on profit calculations than on normative commitments. However, this does not necessarily have to be the case, since jewellery businesses are often family-owned businesses. Further research could clarify this.

Another question to be answered is why the research is focussed on goldsmiths and not on silversmiths. The difference between gold- and silversmiths is not that goldsmiths solely use gold and silversmiths solely use silver. The difference is that goldsmiths focus on making jewellery from all kinds of materials such as gold, silver or titanium, and optionally use diamonds and gemstones. Silversmiths focus on making large objects, such as bowls, teapots or cups.²⁴ Since Fairtrade gold is only used by goldsmiths, silversmiths do not belong to the research sample.

Two arguments can be appointed for why I chose a qualitative approach. First, the group of goldsmiths that was able to provide an answer to the research question was relatively small. As mentioned in the previous paragraph, only 46 goldsmithing businesses were registered for the Fairtrade gold program when I started the research. The data did not have to be representative for a large population, but only for a small group of people and this research was more about understanding the opinions and thoughts of a small group of people. Moreover, since most goldsmiths are self-employed and most of them do not have employees (Rouwenhorst & Van Helden, 2013, p. 29), this question is rather personal and perhaps not as straightforward in comparison to how large organisations make these types of decisions. Second, someone's perception of what the world should look like, how trade should be done, and what the role of Fairtrade gold is (in that), is more likely to be captured in an interview than in a questionnaire. Answering these types of questions is sometimes difficult and takes time. I chose a semi-structured interview in order to have structure in the topics that needed to be discussed, but also have the opportunity to ask more questions and to deepen a specific topic when necessary.

In order to generate data which are as rich as possible, purposive sampling was chosen. Considering the number of registered goldsmiths, I decided to strategically choose those goldsmiths who were registered the longest. Since there were questions about marketing and finances, the goldsmiths registered longest were more likely to also be able to say something about the effects of selling Fairtrade gold on their business. Via my internship organisation, Stichting Max Havelaar/Fairtrade Netherlands, a list of goldsmiths was arranged. This list mentioned the date on which the goldsmiths registered for the Fairtrade gold program. Since Fairtrade gold has been made available in 2011, and only a small amount of goldsmiths are working with it in the Netherlands, I was convinced that the goldsmiths who were registered

²⁴ More information about the difference between gold- and silversmiths can be found via this link: <http://www.vakschoolschoonhoven.nl/Studeren/Vakgebieden%20mbo.aspx>.

longest would provide the most extensive answers, because they were more likely to be experienced with working with Fairtrade gold.

Therefore, the list was ordered according to date of registration, and goldsmiths who were registered longest were approached first. Bryman states that: "The goal of purposive sampling is to sample cases/participants in a strategic way, so that those sampled are relevant to the research questions that are being posed" (2012, p. 418). Within purposive sampling, Bryman (2012) states that three separate methods of purposive sampling can be distinguished: theoretical sampling, generic purposive sampling and snowball sampling. For this research, both the methods of theoretical sampling and snowball sampling were chosen. I was looking for data that explained why goldsmiths choose to start working with Fairtrade gold. The most experienced goldsmiths were interviewed first, because that way there was a higher chance that theoretical saturation could be reached within the time frame of the master's thesis. Furthermore, when a goldsmith suggested that I should interview a particular colleague, because of his/her experience with Fairtrade gold, I approached them first before approaching the next goldsmith on the list.

I chose theoretical sampling because of the nature of the research, which is to build theory based on the principles of grounded theory. Furthermore, snowball sampling was added to the sampling methods, because someone in the field might also be able to appoint experienced goldsmiths. Generic purposive sampling was not chosen as a sample method, because this method is, according to Bryman "[...] conducted purposively but not necessarily with regard to the generation of theory and theoretical categories" (2012, p. 422). Since there is only one article that presents a theory about motives of entrepreneurs who started to sell fair trade products, and considering the fact that this article was found during the research process, generic purposive sampling did not suit the way in which this research was set up.

The research was focused on goldsmiths, and therefore I set up three additional conditions before starting to approach the businesses on the list. First of all, the businesses on the list acquired via the internship organisation had to present themselves to the customer as a business owned by one or more goldsmiths. This meant that they had to have a website or another online medium on which they presented themselves as skilled goldsmiths that crafted bespoke jewellery, collections or both. Second, they had to have a shop, atelier or workplace to do so. With these criteria, all the businesses on the list that were not goldsmiths were excluded. I made this decision, because I wanted my results to be representative for Dutch goldsmiths registered at the Fairtrade gold program. By including businesses that were not owned by goldsmiths, the data would have become unrepresentative.

On the basis of the criteria mentioned above, eight businesses were excluded from the list of 46 businesses. This led to a list of 38 businesses that could be approached. Moreover,

since I was dependent on public transport, the meeting place for the interview (which was most of the times the goldsmith's shop, atelier or workplace) had to be reachable via public transport within around two hours. On that criterion, one business was excluded. Therefore, 37 businesses remained and could be approached for the interview. Of the businesses approached, three goldsmiths did not respond to my request. Another three goldsmiths stated that they were busy working on other projects or that they felt it was too soon to interview them because they had undertaken little to no activities regarding Fairtrade gold.

After nineteen interviews with 23 goldsmiths, theoretical saturation for a general answer to the research question was reached. Three of the interviews were double interviews with goldsmiths that owned the business together. One interview was a double interview with two goldsmiths who had both their own business, but shared a workplace. Only one of those goldsmiths was registered at the Fairtrade gold program. The interview was focussed on the goldsmith who was registered, but the other goldsmith was able to hear the interview and sometimes gave her views or opinions on the topics discussed. By interviewing 19 of the 37 suitable businesses, more than half of the sample was interviewed. The next paragraph will elaborate on how the data were gathered, which was via a semi-structured interview.

3.3. The semi-structured interview

An interview was chosen to gather information that was as extended and elaborated as possible. I foresaw that by sending out a questionnaire, there was the risk of a larger non-response rate, since goldsmiths could more easily forget about the list of questions or because they would simply delete the e-mail. Moreover, by filling out a questionnaire, there is the risk that participants are more likely to give socially-accepted answers, because they are not triggered to properly consider their answer and are therefore more likely to go with the first thing that pops into their minds. Participants are less triggered to give an answer that is as informative as possible. The latter can be reached more easily during an interview, because the interviewer has the opportunity to ask more questions when the interviewee's answer is a bit short or succinct.

Furthermore, besides the argument that a semi-structured interview provided richer data in the sense that the interviewee's answers contained more nuanced and extensive information than what would have been the case when questionnaires were used, there is another argument to choose an interview over a questionnaire. Although my theoretical knowledge of (fair trade) gold was comprehensive before starting the research, things could still be learned about the practical, day-to-day side of running a business as a goldsmith. By interviewing goldsmiths, I had the opportunity to learn more about the day-to-day business, which is not something that can be found in articles or books.

After it was decided to conduct an interview, a list of questions was compiled. The list was ordered according to six different themes, that each contributed to answering the research question. Questions were asked about the goldsmith's involvement with the Fairtrade gold registration scheme, about finances, marketing, the business's customer base, the goldsmith's involvement with fair trade in general, and the evaluation of the decision to register. Prior to conducting the interviews, the interview protocol was tested on a fellow student. This student checked if the questions were well-formulated and if the interview was structured in a logical way. After this session, some of the questions were formulated differently.

Since the nature of the research was explorative, an all-round list of questions was compiled. I chose to not only ask the goldsmith about his/her motives to register, but to also ask when the goldsmith first heard about Fairtrade gold, if and how much jewellery with Fairtrade gold s/he already sold, how Fairtrade gold is promoted and in what way fair trade products are important for the goldsmith in his/her personal life. These questions were included in the interview protocol to compile a set of questions that showed a complete image of each goldsmith. Not all data have been elaborated upon in the results section, but only those data were used that directly provided an answer to the research question.

In order to get as much insights as possible on what exactly motivated goldsmiths to register for the Fairtrade gold program, goldsmiths were asked to rank their motives on a scale from one to ten. On the scale, appointing a one to a motive meant that this motive was not important in their decision to register for the Fairtrade gold program, and by appointing a ten to a motive the goldsmith stated that this motive was of utmost importance in his/her decision. After a few interviews, I noticed that there might be a chance that goldsmiths would not talk about the more commercial motives, because this might be a less socially-accepted answer. Therefore, I actively asked if more profit-based motives also played a role in the goldsmith's decision. For example, I asked if the potential lucrateness of the product or possible advantages regarding business image were considered when choosing for Fairtrade gold. I did it in such a way that the goldsmith was absolutely free to decide whether or not these more commercial motives also played a role in their decision. Sometimes the goldsmith stated that a more commercial motive also played a role, and sometimes this was not the case.

The interview protocol was also discussed with the supervisor at the internship organisation. Several questions that were interesting for the internship organisation to know were added after discussing the initial list of questions. It was checked with the thesis supervisor if these questions did not bias the results of the master thesis. All in all, extra questions were added roughly three times. The final interview protocol can be found in Appendix I. The nineteen interviews with 23 goldsmiths generated 1468 minutes of audiotapes and 457 pages of interview transcripts. The average interview had a duration of one hour and seventeen minutes

and resulted on average in 24 pages of interview transcript. The longest interview went on for two hours and 22 minutes, the shortest interview had a duration of 43 minutes.

Regarding ethical dilemmas, after the interview I asked the goldsmiths for permission to mention their business's names in the thesis. Moreover, after that I mentioned that when I quote goldsmiths, I do not link the quote to a particular goldsmith. This is the reason why in the results chapter, I always mention 'a goldsmith...', instead of 'a goldsmith living in place X...', or 'a goldsmith making this type of jewellery...'. The reason why I left out this information is because I wanted to make sure the privacy of the goldsmiths was not harmed in any way. During the research process, the interview data were treated confidentially. An overview of the interviewed goldsmiths can be found in appendix II. The next paragraph will shortly elaborate on the data analysis.

3.4. Analysis

As mentioned in one of the previous paragraphs, I chose to analyse the data according to the principles of grounded theory, introduced by Glaser and Strauss in 1967. As mentioned in Bryman (2012), some aspects of this method of doing research and analysing data are over the years criticized by other academics. The main critique would be that some researchers use grounded theory to justify any type of inductive research, without taking the principles of grounded theory into account. The paragraphs above show that the research strategy, design and sample are in line with the principles of grounded theory, which are according to Bryman (2012, p. 568) theoretical sampling, coding, theoretical saturation and constant comparison.

As for analysing the data, the qualitative data analysis and research software Atlas.ti was used. All transcripts were uploaded in the program, and I used open, axial and selective coding to work my way through all the transcripts. I coded motives, interesting quotes, information about the business's finances and so on. After reading the transcripts several times, core categories and areas that needed further investigation were identified. Coding the data was also something that went quite naturally and organically. I pointed out what I thought was information that lead to answering the research question, and that information was coded. After that, the codes were regrouped in a logical way before reporting about them in the results section.

4. Results

In this chapter, I address the question, what motivates Dutch goldsmiths to register for Fairtrade International's Fairtrade gold program? In addition, I consider how goldsmiths who have registered for the program evaluate their decision. The chapter is divided in five sections. First, the goldsmiths' early evaluations are discussed. Second, the goldsmiths' given motives are elaborated upon. After that, attention is paid to 1) key events that played a role in the decision of some of the goldsmiths, and 2) how the use of recycled gold might influence the use of Fairtrade gold. Finally, a clear and well-underpinned answer is provided to the research question.

In summary, it can be stated that normative commitments were more important in the goldsmith's decision to register in comparison to profit calculations, or motives involving a strategic business decision. Not only were motives involving normative commitments mentioned more often, they were also given a higher rating in comparison to motives involving strategic business decisions. However, strategic business decisions were the second most important motive to register for the Fairtrade gold program. The decision to register was overall evaluated positively, but a large group of goldsmiths stated that it is too soon for them to properly evaluate their decision.

The first section of the results chapter shows the evaluation of the goldsmith's decision to register for the Fairtrade gold program, and their estimated annual sales or turnover from jewellery made with Fairtrade gold. The evaluation of the decision is discussed first, because it shows the context in which the goldsmiths' motivations for using Fairtrade gold should be interpreted. The second section of the chapter presents the given and rated motives of goldsmiths for being involved in the Fairtrade gold program. As mentioned in the method section, nineteen interviews were conducted and 23 goldsmiths were interviewed.

In the second section, two tables are presented. The first table gives an overview of the most often mentioned motives in the interviews, whereas the second table shows how the motives in the different categories were rated. Furthermore, the different categories of motives are explained more in-depth. In short, six clear categories can be distinguished when analysing the motives. These categories entail labour conditions, business image, environmental conditions, transparency of supply chain, community support and the simplicity of registration. The seventh category 'other' summarizes all motives that were either not rated, or do not clearly belong to one of the categories mentioned earlier. Motives mentioned in category seven form an interesting source of information for further research. Therefore, several motives in this category will be more thoroughly discussed in the subsequent chapter.

The final section of this chapter presents an overall conclusion and a causal chain, in which all triggering and intervening variables are presented graphically. Moreover, seven appendices provide background information on the presented results. A summary of the given

and rated motives, ordered by interview, can be found in appendix III. Furthermore, appendix IV and V show the parts of the interview transcripts in which the interviewees mentioned (appendix IV) and rated (appendix V) the motives. Moreover, appendix VI shows the parts of the interview transcripts in which the interviewees elaborate on a key event that influenced their decision. Appendix VII and VIII provide background information on the goldsmiths' evaluation of the decision, and on the sales of jewellery made with Fairtrade gold. Finally, appendix IX provides more information on the discussion about Fairtrade gold and recycled gold.

4.1. Evaluation of decision

This section describes how goldsmiths evaluated their decision to register for the Fairtrade gold program. The evaluation of the decision was often a small part of the interview, because at the time the interviews were conducted, only two of the goldsmiths were selling a significant amount of jewellery made with Fairtrade gold (> 20%). However, as can be seen in table 1, in thirteen interviews, goldsmiths evaluated their decision to register for the Fairtrade gold program as something positive.²⁵ Furthermore, in five interviews, goldsmiths stated that it is too soon to evaluate their decision.²⁶ Table 1 gives an overview of the results.

As for expectations, it was stated in eleven interviews that goldsmiths had no expectations when registering for the Fairtrade gold program.²⁷ Their strategy can be seen as pragmatic, because none of the goldsmiths had a clear strategy in the sense that there was a planning for or clear vision of the future. It was more experimental, which can of course also be an effective approach. Since the product is so new, it was still unknown how consumers would react. However, in interview five and sixteen, goldsmiths stated that they expected more customers to ask about Fairtrade gold, to be curious about what Fairtrade gold is (Appendix VII, interview 5, 16). On the other hand, in interview fifteen a goldsmith stated that she had more customers than expected. The succinct evaluation of the registration might hold a connection with how many goldsmiths already sold jewellery with Fairtrade gold when the interviews were conducted.

As can be seen in table 2, in eight out of nineteen interviews it was stated that up till then jewellery made with Fairtrade gold was not sold yet.²⁸ Furthermore, in five of the interviews it was estimated that less than ten per cent of the annual sales or turnover comes from jewellery

²⁵ Interview 1, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 14, 15, 16, 17, 18, and 19.

²⁶ Interview 2, 4, 5, 9, 13. In addition, one goldsmith stated that she was still struggling with the registration (interview 3).

²⁷ Interview 1, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 18, and 19.

²⁸ Interview 2, 3, 4, 5, 9, 10, 12 and 13.

made with Fairtrade gold.²⁹ In four of the interviews, goldsmiths estimated that between ten and twenty per cent of their annual sales or turnover was generated by selling jewellery made with Fairtrade gold.³⁰ Finally, two goldsmiths estimated that more than twenty per cent of their turnover comes from jewellery made with Fairtrade gold.³¹ In interview eight it was stated that forty-five per cent of the annual turnover comes from jewellery made with either Fairtrade gold or Fairtrade silver (Appendix VIII, interview 8).

As can be read further on in this chapter, the possible lucrativeness or profitability of jewellery made with Fairtrade gold is not seen as a motive to start using it. This can, at least partly, be explained by the number of sales in jewellery made with Fairtrade gold. Moreover, it can also be explained by the fact that a free registration for the Fairtrade gold program has been made available by Fairtrade Netherlands in November 2014.³² Thus, a lot of the goldsmiths also are working with Fairtrade gold for a short amount of time. Time will tell if the sales in jewellery made with Fairtrade gold will increase, but unfortunately the time-span of this study is too limited to repeat the study in six months or a years' time when goldsmiths are working longer with Fairtrade gold.

The data in table 2 are based on estimations of the goldsmiths during the interviews. The lack of an extended evaluation of the decision can be appointed to the fact that more than two thirds of the goldsmiths had not sold any jewellery made with Fairtrade gold, or had sold an amount that covered up to ten per cent of their annual sales or turnover by the time they were interviewed. The lack of sales could be an explanation for the concise evaluation of the decision by the goldsmiths. Moreover, the lack of sales could also explain why the profitability or lucrativeness of Fairtrade gold was not a motive for the goldsmiths. The next paragraph discusses the motives of the goldsmiths, and it shows that business image appears to be a motive, however lucrativeness or profitability are interestingly not mentioned.

It is noteworthy that none of the goldsmiths evaluated the decision to register in a negative way. However, repeating the interview in the future, when goldsmiths find themselves in a later stage of working with Fairtrade gold, might result in richer data. They might have sold more jewellery with Fairtrade gold, and they might be able to elaborate more extensively on the evaluation of the decision, because they are more experienced with working with Fairtrade gold. Moreover, and this will be discussed more thoroughly in the discussion section, when repeating the research it might also be interesting to include goldsmiths who decided not to use Fairtrade

²⁹ Interview 1, 7, 11, 16 and 19.

³⁰ Interview 6, 14, 15 and 17.

³¹ Interview 8 and 18.

³² More on the introduction of the free registration program for Fairtrade gold can be read in this press release: <http://maxhavelaar.nl/news/goudsmeden-stappen-over-op-fairtrade-goud>.

gold in order to more thoroughly understand the dimensions of what does and does not motivate goldsmiths to take up the Fairtrade gold scheme.

Table 1. An overview of how goldsmiths evaluated their decision to start working with Fairtrade gold (number of interviews = 19).

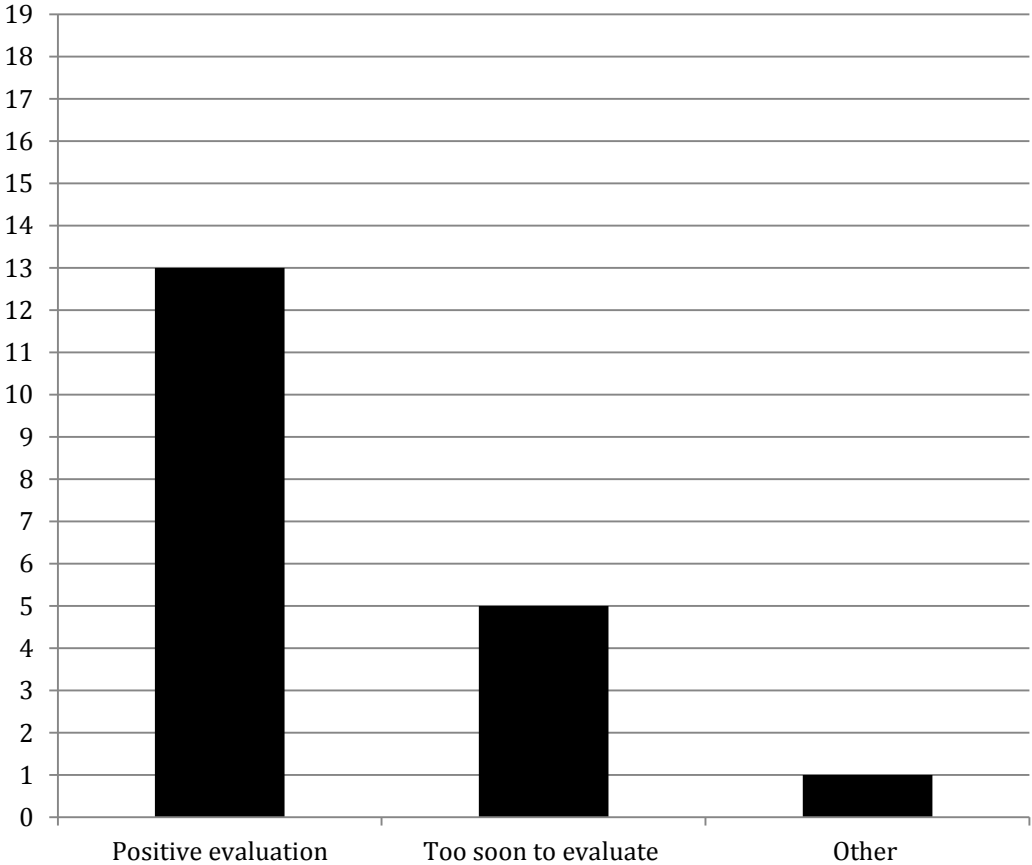
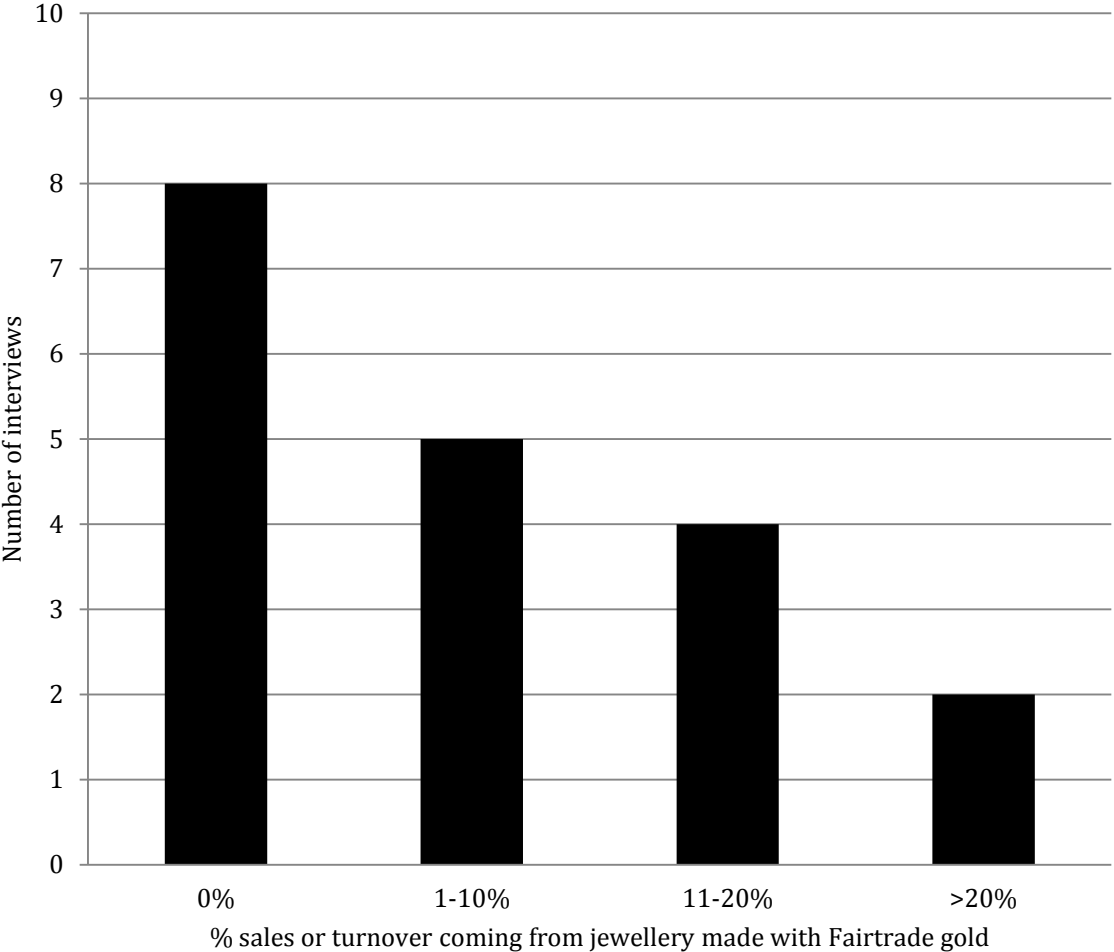


Table 2. An overview of the sales in or turnover from jewellery made with Fairtrade gold in comparison to the total annual sales or turnover of the business, as estimated by goldsmiths (number of interviews = 19).



4.2. Motives

In this paragraph, all seven categories of motives will be discussed separately. Table 3 provides an overview of the main categories of motives, and table 4 shows how the motives in each of these categories were rated. Thereafter, each category will be explained more in-depth. The category ‘other’ is not included in the tables, however its content will be explained after a discussion of these main motivations. What has to be clarified before the goldsmiths’ motives are presented is that the motives mentioned are self-reported. This means that I report in the results section what the goldsmiths told me. While it is certainly possible that the goldsmiths were not entirely honest with me, I have little reason to think that the results are systematically biased in this way. The goldsmiths presented a variety of motives, and besides that, I made clear to them that this research would not affect them business-wise. Moreover, it is eventually concluded that for the last category of motives, simplicity of registration, it might be more logical to consider it

as an intervening variable instead of a motive. Why this appears to be the case is explained further on.

Table 3. Motives to register for the Fairtrade gold scheme, self-reported (number of interviews = 19).

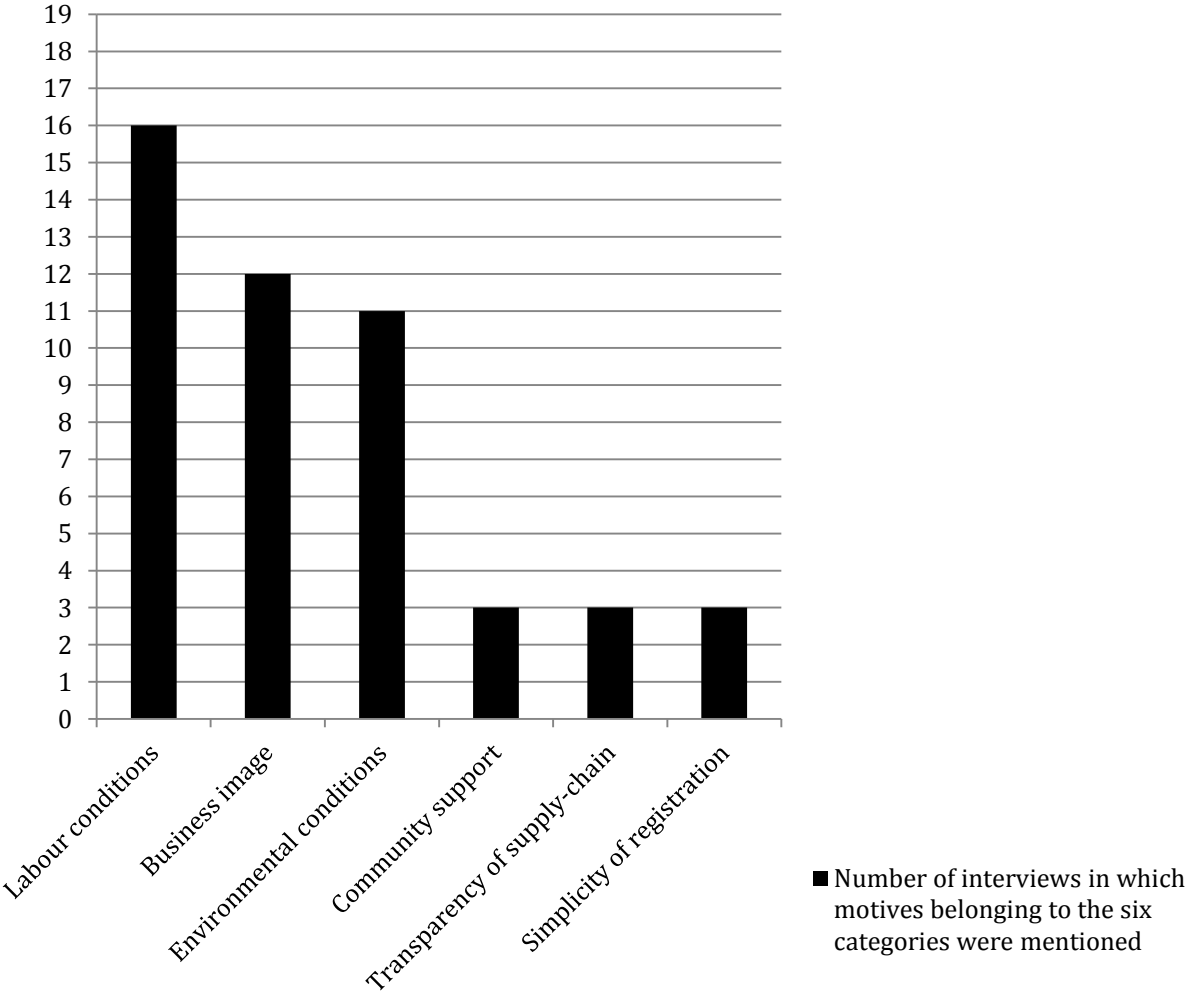
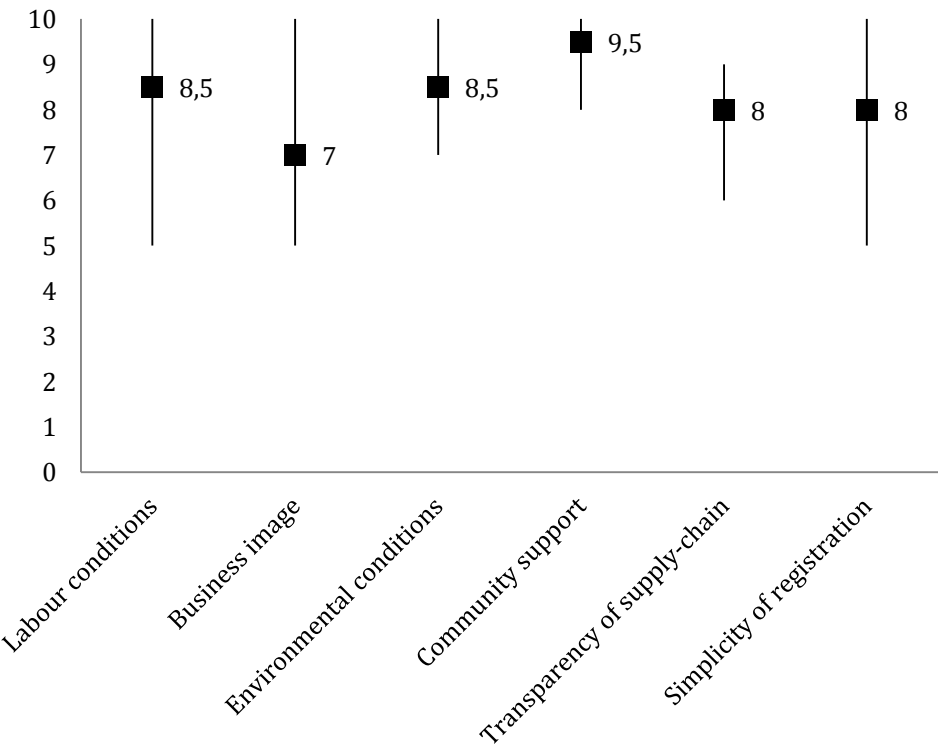


Table 4. Average ratings of motives to register for the Fairtrade gold scheme, self-reported (number of interviews = 19).



4.2.1. Category 1: Labour conditions

Arguments mentioned in the category ‘labour conditions’ range from wanting to provide gold mine workers with a better income to wanting to improve the overall labour conditions of the gold mine workers. Ratings in this category range from a five to a ten. As mentioned in the method section, a scale from one to ten was used, where an argument rated ‘one’ is considered to be barely important in the decision, and an argument rated ‘ten’ is considered to be of utmost importance in the decision. Amongst the interviews conducted, eighteen arguments regarding labour conditions were found. In two interviews, not one but two arguments regarding labour conditions were found.³³

Of those eighteen interviews, it was stated in thirteen interviews that goldsmiths find it important to improve labour conditions. In the other five interviews, goldsmiths stated that their main concern was to improve the income of people working at a gold mine site.³⁴ According to respondent one: “What I think is most important, [...] [is] that those who work on the gold mine site are able to make a decent living out of it, just like we do” (Appendix IV, interview 1).

³³ Interviews 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 10, 11, 12 (2x), 13, 14 (2x), 16, 17, 18 and 19 all mentioned labour concerns as motive for engaging in Fairtrade gold.
³⁴ Improving the gold mine workers’ income was mentioned in particular in interview 1, 3 and 17.

Similarly, another goldsmith emphasized the injustice of the current situation, telling me that: “Those people just get too little for what they do” (Appendix IV, interview 3). In a way, all arguments made in this first category are about injustice, because they emphasize that it is not fair that the gold mine workers are not properly compensated and/or treated fairly. In three interviews the injustice was mainly focussed on income and in the other interviews injustice was mentioned in other ways, for instance by mentioning that gold mine workers make very long days or that they have to work with toxic chemicals.

So instead of focusing on compensation, other respondents focussed on improving the labour conditions in general. For example, one of the goldsmiths mentioned that a form of social emancipation is necessary in order to improve amongst other things the labour conditions on the gold mine site. She said: “The fact that we are able to go on a holiday three times a year and are able to buy nice clothes is because others have a miserable life. So that we can have these things [buy nice clothes, go on holidays]” (Appendix IV, interview 6). She illustrated that bad labour conditions in so-called developing countries are one of many facets of the huge differences between the rich and the poor worldwide, and that what we buy in the Netherlands can contribute to that difference. Moreover, respondent twelve stated that she wanted to do justice to the position of a gold mine worker in general. In her eyes, everyone is entitled to the same treatment and rights. The fact that you were born in a deprived area does not have to mean that you are not entitled to receive a decent income, and have decent living conditions.

Furthermore, in response to being asked about her motivations to engage in the Fairtrade gold scheme, another respondent stated: “That people are really forced to a form of slavery and receive perhaps one cent a day. Bad labour conditions, while I am able to make a luxury product” (Appendix IV, interview 4). This respondent also mentioned the use of mercury when explaining her motivations to engage in Fairtrade gold, telling me that “I find that people work with materials without the proper knowledge and as a result of that, they cannot foresee the impact of these materials. [...] Especially under circumstances where they have no other choice. And that last part is particularly important. Because even if they knew mercury was poisonous, there are no alternatives” (Appendix IV, interview 8). How the use of mercury is handled on a Fairtrade certified gold mine can be read in Fairtrade International’s gold standard.³⁵

To conclude, improving labour conditions on the gold mine site was the most often mentioned motive to engage in the Fairtrade gold program. Within this category, several different motives were mentioned, for example bad payment, forced labour and the wrong use of

³⁵ The Fairtrade standard for gold and associated precious metals for artisanal and small-scale mining can be downloaded here:
http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2015-04-15_EN_Gold-and-Precious_Metals.pdf.

poisoning materials. All motives have in common that they want to combat a form of social injustice.

4.2.2. *Category 2: Business image*

Arguments in the category 'business image' are about positively influencing the reputation of the goldsmiths' businesses. These arguments are about profiling a business in a certain way, which can affect sales either by remaining the status quo of sales or by increasing sales. Profiling a business can be done by for instance being one of few goldsmiths in the region selling Fairtrade gold, or in a more general manner by showing customers that you are aware of new developments in the jewellery sector. Ratings range from a five to a ten on the scale mentioned in category one. Amongst the interviews conducted, thirteen arguments regarding image were found. Two of the thirteen arguments were found in the same interview.³⁶

The goldsmiths that mentioned enhancing their image was a motive to engage in the Fairtrade gold program generally rated this motive lower than the motives in category one. This suggests that generally, normative motives are more important for goldsmiths in comparison to more strategic motives, although given the sample size it is important to be careful not to overestimate this finding. As a goldsmith stated: "It has of course a positive appearance, to put it that way. But that is not the only reason to do it" (Appendix IV, interview 3). Besides that it is a positive way to profile a business in general, some goldsmiths also mentioned that it is a way to attract new customers.

Within the category 'business image', a difference can be made between goldsmiths who enrolled in the Fairtrade gold program because they personally think it is a good idea and therefore they want to try to sell it (supply-driven)³⁷, and goldsmiths who enrolled in the Fairtrade gold program because they think there is consumer demand for jewellery made with Fairtrade gold (demand-driven)³⁸. The supply-driven motives are discussed first and after that attention is paid to motives that can be seen as demand-driven. For example, a goldsmith said that: "[...] [I]f customers especially come to me for [Fairtrade gold], then it works on both sides. Then I have new customers and I profiled myself in a positive way" (Appendix IV, interview 9).

Moreover, another goldsmith mentioned that "[i]t shows that you are thinking about it [the materials], about where your materials come from" (Appendix IV, interview 18). Whereas these goldsmiths mentioned that being a Fairtrade goldsmith is positive in general, some

³⁶ Interviews 3, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 18 and 19 (2x) all mentioned business image as a motive for engaging in Fairtrade gold.

³⁷ Interviews 3, 8, 9, 10, 15, 16, 18 and 19 all mentioned supply-driven considerations as a motive for engaging in Fairtrade gold.

³⁸ Interviews 5, 11, 12, 13 and 19 all mentioned demand-driven considerations as a motive for engaging in Fairtrade gold.

goldsmiths mentioned that associating the business with Fairtrade is a way to distinguish their business from others. For instance, it was stated by a goldsmith that she wanted to distinguish the business from other jewellery businesses in the region (Appendix IV, interview 16). It is not that goldsmiths gain access to special markets because of this, but it is a way to distinguish themselves from other goldsmiths or jewellers in the region.

Furthermore, one goldsmith told me that she chose to start working with Fairtrade gold, because it is still relatively unknown. Thus, the novelty of the product could work out positive for the business in general, either for the business's image or sales. She stated: "I was also thinking like this is also very good, because no one, this is not here [on the market] yet" (Appendix IV, interview 15). In addition to that, another goldsmith mentioned that she thinks that there is a growing demand for Fairtrade gold. This was one of the reasons to profile the business as also selling Fairtrade gold. She thinks that customers are interested in it and stated that: "Well yes, there is also demand for it [Fairtrade gold]. So business wise I think that it is also prudent to be involved in this initiative. Yes, there is a growing demand [for jewellery with Fairtrade gold]" (Appendix IV, interview 19).

This last quote is illustrative for the second sub-category, the more demand-driven goldsmiths. They wanted to be able to offer a piece of jewellery made with Fairtrade gold to their customers, whenever a customer is interested in that. All goldsmiths stated the same; they want to be able to offer Fairtrade gold whenever a customer asks for it. For example, a goldsmith in interview twelve stated: "It is more that I personally think it is a nice initiative. And also, if people ask for it, then I want to be able to offer that, because it is also something where I personally stand for [...]" (Appendix IV, interview 12). Furthermore, respondent nineteen said: "I also would like to be able to offer it. That if there is consumer demand, that I am able to provide a well-underpinned reaction to that. That I know what Fairtrade gold is, where it is about" (Appendix IV, interview 19).

What needs to be taken into account when reading the motives stated in the latter paragraph, is that none of the goldsmiths declared to have registered at the Fairtrade gold program because it might be lucrative for the business. This might be connected to the goldsmiths' sales of jewellery made with Fairtrade gold, which is shown in table 3. It can be seen that the sales are still in an early stage, and not everyone has even sold jewellery with Fairtrade gold yet. To conclude, it can be stated that positioning yourself in relation to other goldsmiths is an important motive to enrol in the Fairtrade gold program, but at least amongst the goldsmiths I interviewed, not as important as motives regarding social justice.

4.2.3. *Category 3: Environmental conditions*

Arguments in the category 'environmental conditions' are about minimizing the effect that mining gold has on the environment. As for the gold mining industry, this has mostly to do with using toxic chemicals such as mercury and cyanide in the wrong way, or with degrading land due to the mining activities. The ratings range from a seven to a ten on the same scale as the category above. Amongst the interviews conducted, eleven arguments regarding environmental conditions were found.³⁹

As can be read in appendix IV, there is not much variety in the way that the goldsmiths mentioned the motive of wanting to improve the environmental consequences that come with mining gold. Most of the time it was mentioned that mining gold is bad for the environment in general, and that this was a motive to register at the Fairtrade gold program. Goldsmiths rarely gave a practical example of these environmental consequences of mining. This might be because environmental consequences are more difficult to understand or to make explicit when compared to bad labour conditions. However, a goldsmith in interview twelve explicitly mentioned the wrong use of mercury and cyanide and linked that to the environmental damage that occurs on and around mining sites (Appendix IV, interview 4). Fairtrade International's standard for gold and precious metals says that toxic chemicals have to be stored safely, and that the disposal of chemicals has to be done in a responsible manner.⁴⁰

Another goldsmith mentioned that she watched a documentary on how gold mining activities in Suriname had damaged the environment. She stated that the documentary showed how the people's environment was destructed, how toxic chemicals were endangering the drinking water, how harvests fail because of a lack of uncontaminated water, and how deforestation disturbs the ecosystem (Appendix IV, interview 3). This led her to be motivated to engage in Fairtrade gold, because she did not want to buy gold that contributed to environmental damage, for instance in Suriname. To conclude, improving the environmental conditions was an important and often mentioned argument, however, in the interviews it was less well illustrated in comparison to the first category.

4.2.4. *Category 4: Transparency of supply chain*

The fourth category contains arguments regarding the transparency of the supply chain. This can be either that a large, well-known organisation in the Netherlands committed to licensing

³⁹ Interviews 1, 2, 3, 7, 8, 10, 12, 13, 16, 17 and 18 all mentioned environmental concerns as motive for engaging in Fairtrade gold.

⁴⁰ The Fairtrade standard for gold and associated precious metals for artisanal and small-scale mining can be downloaded here:

http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2015-04-15_EN_Gold-and-Precious_Metals.pdf.

the gold as 'fair trade', that it is clear where exactly the gold comes from, or that it is clear for goldsmiths how to apply for a registration and where to buy the Fairtrade gold. Fairtrade International's standard for gold is the first tool that makes it possible for goldsmiths to be absolutely sure where Fairtrade gold comes from, and where they as goldsmiths can purchase the Fairtrade gold and under which conditions. Moreover, since the Fairtrade brand is a well-known brand, a lot of consumers know where it stands for, and they will recognise for instance the logo. The Fairtrade gold system has been made transparent by Fairtrade International, and that is the reason why all arguments regarding transparency in any way are condensed into one category.

This category is significantly smaller than the previous three categories, but still worth mentioning because providing a transparent supply chain is key to produce gold that is mined under ethical conditions. It is of key importance to be able to guarantee that both the labour and environmental conditions are checked regularly by an independent organisation. If it is claimed that gold is mined under good conditions, then there must be a system that is able to guarantee that this is the case. Amongst the interviews conducted, five arguments regarding transparency were found. Three of those five arguments were mentioned in the same interview.⁴¹ Ratings range from a six to a nine on a scale from one to ten.

In interview one it was stated that it was important for the goldsmith that a large organisation such as Fairtrade Netherlands also works on promoting Fairtrade gold. The goldsmith stated that: "It is very important to me. I can do my best to promote it, but when an organisation like that promotes it, more people will feel connected to the product" (Appendix IV, interview 1). For this goldsmith, it is important to be part of a larger system. Fairtrade Netherlands also promotes Fairtrade gold and it can help if such a large organisation also puts effort into making Fairtrade gold a success. Another goldsmith in interview eighteen stated the same. She stated for her it did not matter exactly which organisation committed to fair trade gold, but that it is important that it is a large, well-known organisation (Appendix IV, interview 18).

Furthermore, it was stated in interview thirteen and interview eighteen that it is transparent how to register for the Fairtrade gold program (Appendix IV, interview 13, interview 18). In interview thirteen, it was stated that the information flow is clear, and that it is clear how to register for the Fairtrade gold program and where to buy Fairtrade gold (Appendix IV, interview 13). In addition to that, a goldsmith in interview eighteen also stated that for her it was clear where exactly the gold comes from and that this was important in the decision. It can be concluded that for some of the goldsmiths, transparency was an important argument to

⁴¹ Interviews 1, 13, 18 (3x) all mentioned transparency of supply chain as a motive for engaging in Fairtrade gold.

register for the Fairtrade gold program. However, the majority of goldsmiths did not mention transparency as a motive to register for the scheme.

4.2.5. *Category 5: Community support*

As can be read in the theoretical framework, one of the pillars of the fair trade system is the use of premiums. All fair trade cooperatives receive premiums when a certain quantity of their product is sold. These premiums have to be spent on projects that benefit the whole community. Amongst the interviews conducted, four arguments regarding community enhancing were found.⁴² Ratings range from eight to ten on a scale from one to ten.

The statement of a goldsmith summarizes the logic behind this motive in a nice way. The goldsmith stated: “[T]hat also the surrounding community benefits from it. That it is not just one person [benefitting]. Normally when you are a gold mine worker, one company profits a lot. And with Fairtrade gold, I feel like I can help smaller communities on the local level. And that those people can have a better life” (Appendix IV, interview 1). This quote summarizes nicely why the goldsmiths particularly mentioned that they wanted to support the community as one of the motives to register for the Fairtrade gold program. The goldsmiths feel that by using Fairtrade gold, they not only support the gold mine workers, but they support the whole community. And with that, they are part of a larger system that tries to help those who need it most since this aspect of the Fairtrade system can be seen as a form of charity.

4.2.6. *Category 6: Simplicity of registration*

The final category contains arguments that underline that it is free and easy to register for the Fairtrade gold program. Ratings range from five to ten on a scale from one to ten. Amongst the interviews conducted, this argument was mentioned four times. Two of those motives were given in the same interview.⁴³ In interview one it was mentioned that it was a motive that the registration was easy and in interview thirteen it was mentioned that it was a motive that the registration was free. Moreover, in interview eighteen it was mentioned that the fact that it was free and that there is not a large minimum purchase were motives to register for the Fairtrade gold program (Appendix IV, interview 4, 13, 18).

As mentioned in the introduction, everything the goldsmiths told me when I asked them why they started using Fairtrade gold is considered to be a motive. However, it makes more sense to consider the simplicity of the registration to be an intervening variable. It is something

⁴² Interviews 1, 7 and 12 all mentioned community support as a motive for engaging in Fairtrade gold.

⁴³ Interviews 4, 13 and 18 (2x) all mentioned simplicity of registration as a motive for engaging in Fairtrade gold.

that makes the process easier and quicker, but it is likely that the goldsmiths also would have registered if the registration process was (a bit) more difficult. Therefore this motive is in the causal chain seen as an intervening variable instead of a triggering variable. The causal chain is presented in the final paragraph of this chapter.

4.2.7. Category 7: Other

Table 5. An overview of the unrated motives, and the motives that did not clearly belong to a category.

Number	Inter-view	Motive	Rating
1	2	I want to contribute to making Fairtrade gold successful.	-
2	5	I think it is important to create more customer awareness for Fairtrade gold.	8
3	7	I think it is important to create more customer awareness for Fairtrade gold.	10
4	9	Personally, I think Fairtrade gold is important.	6
5	15	Being a Fairtrade goldsmith fits my lifestyle.	6
6	8	I feel responsible to take position on issues regarding gold mines.	-
7	8	Now that I work with Fairtrade gold, I can do my work with more love and pride.	-
8	19	The realization that you were not aware at all of the situation of gold mine workers.	7
9	4	Fairtrade gold is not much more expensive than regular gold.	-

During the interviews, four motives remained unrated. The semi-structured nature of the interviews sometimes resulted in a quick change of subjects, which led to four unrated motives of the sixty-three given motives. The unrated motives were not taken into account during the process of compiling the categories, because these data are incomplete. However, it is still useful to mention these motives because they are a source for further research. Motive one, two and three in the table above are about wanting to raise attention for the problems that people working on a small-scale, artisanal gold mine face. I stopped making categories if there were less than three rated and similar motives, and thus 'creating customer awareness' did not become a category.

However, there are still three goldsmiths who find this important. It is understandable that some of the goldsmiths wanted to inform customers about the situation of small-scale gold

mine workers, because the media do not pay a lot of attention to it. As mentioned in the theoretical framework, the movie Blood Diamond allowed people to see the dark side of the diamond industry. However, movies or documentaries about the situation of gold mine workers are very difficult to find. Since few customers are aware of the situation in artisanal and small-scale gold mines, there is little demand for ethically-mined gold. Moreover, as can be read further on in this chapter, gold can be recycled which makes it different than for instance diamonds. These goldsmiths wanted to make their contribution to customer's lack of knowledge by showing that they sell (amongst other things) jewellery made with Fairtrade gold.

Motive four and five are about lifestyle, and motive five belongs to the first category of motives, but is excluded because the motive is not rated. Motive number seven and eight are motives focussed on personal feelings or emotions of goldsmiths. The goldsmith that mentioned motive three told me that she was more satisfied with her work now that she works with gold that is mined under ethical conditions. Motive four was mentioned by a goldsmith who was shocked about how little she actually knew about small-scale and artisanal mining. That shock was one of the reasons to immediately register for the Fairtrade gold program. The third motive in the table above is particularly interesting for further research, because it is about how Fairtrade gold changes the work experience of goldsmiths. This motive is about how Fairtrade gold benefits the goldsmith personally. However, most of the motives mentioned are about how Fairtrade gold benefits the gold mine workers.

Finally, one goldsmith stated that the small price difference between regular gold and Fairtrade gold was also a motive to enrol in the Fairtrade gold program. As I explained in the introduction of this chapter, what I consider to be a motive is everything a goldsmith told me when I asked what his/her motivations were to register for the Fairtrade gold program. This goldsmith mentioned that the small price difference was a reason to enrol in the program. However, it can be discussed if this is a motive, or something that makes it easier to enrol in the program. Moreover, price difference is of course something that is relative, but this particular goldsmith experienced the price difference as small. The next paragraph explores key events or critical junctures that triggered goldsmiths to start working with Fairtrade gold.

4.3. Key events

In four interviews, goldsmiths mentioned that visits to certain places in a way contributed to their decision to register for the Fairtrade gold program. For example, in interview two a goldsmith stated that she had visited a silver mine in Latin America. During that visit, she saw men of all ages working in the mine, and chewing coca leaves to fight their hunger. Once in the mine, she was told that asbestos was found on certain places in the mine. That visit helped her

realise that the fair trade system could provide an alternative for mine workers who have to work under these types of circumstances (Appendix VI, interview 2).

Furthermore, a goldsmith stated in interview eight that she worked for a while as a goldsmith in Latin America and that she saw how little knowledge there was about the chemicals that are used during the process of making jewellery. The goldsmith told that she wanted to store her chemicals somewhere safe, and that she asked her colleagues how they normally go about this. One of her colleagues then said, well normally we throw it away over there by the tree, so that it does not come near the drinking water. The goldsmith realised that there can be improved a lot regarding knowledge about toxic chemicals and this experience contributed to the decision to start using Fairtrade gold (Appendix VI, interview 8). How the Fairtrade system helps with this is summarized in the theoretical framework (chapter 2).⁴⁴

In interview six a goldsmith mentioned that her experience while she lived in Africa made her realise that the interests of large mines and politics are often intertwined and that there is a group of people that suffers from it and that it is unfair. That experience also made her realise that Fairtrade gold could offer an alternative (Appendix VI, interview 6). Finally, one goldsmith visited a fair trade cashew farm in Africa. It was then that she saw the effects of the fair trade system and after that, she chose to register for the Fairtrade gold program. The goldsmith referred to the trip as a journey that woke her up; that created awareness (Appendix VI, interview 12).

During the interviews, it appeared that this key event, which is in all of the interviews a visit to the 'global south', contributed to the awareness that was necessary to decide to register for the Fairtrade gold program. This adds further support to my finding that normative commitments are the driving force behind the decision to start using Fairtrade gold, because again, these were personal experiences and not strategic business considerations that contributed to the registration for the Fairtrade gold scheme. A quote of the goldsmith in interview eight clearly summarizes the function of key events in the decision: "Before I went to Latin America I was also here [interested in ethical trade]. [...] But I think it helps though [to experience the mining situation yourself]" (Appendix VI, interview 8). The causal chain in the conclusion of this chapter shows how key event can contribute to a goldsmith's decision to start using Fairtrade gold.

⁴⁴ The Fairtrade standard for gold and associated precious metals for artisanal and small-scale mining can be downloaded here:
http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2015-04-15_EN_Gold-and-Precious_Metals.pdf.

4.4. Fair trade gold vs. recycling gold

At first sight, it appears that the discussion on gold mining practices is easy. There is 'good' gold, which is mined under proper labour and environmental conditions, and there is 'bad' gold, which is mined under unethical conditions. 'Bad' gold can either be mined on a small-scale artisanal mine where both the labour and environmental conditions are poor, or it can be mined on a large-scale mine where the surrounding environment is not properly protected from the activities in the mine. However, this explanation of the discussion is too limited.

Gold is a mineral that is relatively easy recyclable, and that is something that jewellers and goldsmiths have done for years. Bijou Moderne is one of the largest wholesalers of silver and gold semi-finished products, and many Dutch goldsmiths buy their materials at Bijou Moderne. The semi-finished products they offer are estimated to be roughly 90 to 95 per cent made from recycled materials (S. Helmink, personal communication, 23 March 2016). Thus, it is unknown under which conditions the remaining five to ten per cent is mined. Therefore, it is too simple to say that all the gold which is not mined under ethical conditions is 'bad', because a large amount of this can be recycled. Recycling, when done in the right way, is less harmful for the environment than mining gold. However, there are still goldsmiths who say that Fairtrade gold is something that should become a widespread and largely used product (Appendix IX, interview 8, 14). The goldsmith in interview eight stated the following:

"I find that I have to take a standpoint in this discussion which goes further than just recycling. I know that recycling is widespread amongst European wholesalers, but the discussion is more complicated than that. Of course we need to take our responsibility when it comes to recycling, and we should do it where possible. However, as long as there is gold on the places I saw [in Latin America], and this is a worldwide thing, then on these places gold will be mined. As long as there is no alternative, [no] employability in those regions, then there will be mined. Whether or not the mining is done in a responsible manner, it happens. And I find that completely understandable" (Appendix IX, interview 8).

According to some goldsmiths, the reason above is crucial to why Fairtrade gold is necessary. Moreover, one goldsmith stated that according to her, the best solution for the problems with gold mines is to try to accomplish that organisations such as Bijou Moderne secure that the five to ten per cent of the mined gold they use is mined under ethical conditions. Via that way, it is according to the goldsmith the best solution for both the environment and artisanal and small-scale gold mine workers (Appendix IX, interview 6). The gold mine workers then have a continuity of sales, and the gold which is already mined is re-used over and over. However, the

fact that a lot of gold that is traded the Dutch jewellery market is already largely recycled, can make things more difficult for the promotion of Fairtrade gold.

Some of the goldsmiths stated that they also see the advantages of recycled gold and that this is also a way to make an ethical product.⁴⁵ Therefore, recycled gold can be seen as an intervening variable in the causal chain. It could be that because recycling is such a widespread phenomenon in the Dutch jewellery industry, this might intervene with the growth of fair trade gold, since it is also an ethical way of making a piece of jewellery. This does not necessarily have to be the case, but because there is a chance that this might be the case, recycled gold is incorporated in the theoretical framework.

4.5. Answer to research question

In order to provide an answer to the research questions, the formulated sub-questions should be answered first. The sub-questions were: 1) What is the role of profit calculations in the goldsmith's decision to register for Fairtrade International's goldsmiths registration scheme?, 2) What is the role of normative commitments in the goldsmith's decision to register for Fairtrade International's goldsmiths registration scheme?, and 3) To what degree did the registration for Fairtrade International's goldsmiths registration scheme fulfil the goldsmith's expectations?

As for the first sub-question, it can be stated that profit calculations, as a motive for registration, were not often directly mentioned during the interviews. However, goldsmiths did mention that enhancing their business image was in some cases one of the reasons to be involved in the Fairtrade gold program. Enhancing the image of a business may not directly lead to more profit, but it might contribute to the continuation of the business. If a business has managed to build a strong and positive image, consumers will remember that and will keep that in mind every time they want to buy a piece of jewellery. Via that way, it is a strategic decision.

Moreover, there was a group of goldsmiths that mentioned that, if a customer asks for it, s/he wants to be able to offer a piece of jewellery made with Fairtrade gold. Whether or not a piece of jewellery with Fairtrade gold is sold is then completely decided by the consumer, which is a clear example of a pull strategy. Both motives may not contribute directly to an increase of the business's profit, but they do enhance the position of the goldsmith. On the one hand, the business's image is enhanced, and on the other hand, by giving the opportunity to offer Fairtrade gold, a goldsmith is not missing out on the opportunity to sell something if there is customer demand.

Regarding the second sub-question, normative commitments were by far the most important motives for goldsmiths to engage in the Fairtrade gold program. The two most

⁴⁵ Interview 7, 11, 12, 13 and 15.

important normative commitments were: 1) by using Fairtrade gold, goldsmiths wanted to enhance the labour conditions of those who work on the gold mine site, and 2) goldsmiths wanted to decline the effects that mining gold has on the environment. At times, these normative commitments appear to have been at least partly driven by key events in a goldsmith's life.

For example, two goldsmiths visited a gold or silver mine in Latin America and another goldsmith experienced the effects of the fair trade system when visiting a fair trade cashew farm in Africa. It is interesting that in comparison to enhancing the labour and environmental conditions, community enhancing was a motive that was considered not to be as important as the latter two conditions, in terms of how many goldsmiths mentioned it to be a motive. This is interesting, because improving labour conditions, minimizing environmental damage and community enhancing are the three things Fairtrade International tries to accomplish by licensing Fairtrade products.⁴⁶ Why community enhancing is considered to be less important is something that could be explored further in future research.

Thus, to make a concluding remark on the first two sub-questions, both normative commitments and strategic business decisions played a role in the goldsmith's decision to register for the Fairtrade gold program. In nine of the nineteen interviews, both labour and/or environmental considerations and strategic business decisions were mentioned.⁴⁷ This means that normative commitments and strategic business decisions can go hand in hand, and that the decision process is something hybrid in the sense that the goldsmiths mentioned in the footnote do not solely choose on the basis of normative commitments, nor on the basis of a strategic business decision. Via that way, goldsmiths use their personal norms to turn Fairtrade gold into something that could potentially benefit their business.

As for the third research question, a majority of the goldsmiths stated that they did not have expectations prior to the registration as a Fairtrade goldsmith. Prior to the research it was assumed that goldsmiths would have expectations, but this was not the case. This could imply something about the way the decision was taken, which might have been a rather pragmatic and not so much a planned choice. The above information holds the answer to what motivates Dutch goldsmiths to register for Fairtrade International's goldsmiths registration scheme.

It can be concluded that goldsmiths are motivated to start using Fairtrade gold by five main motivations: 1) goldsmiths wish to improve the mine workers' labour conditions, 2) strategic business considerations can play a role in the goldsmith's decision to start using Fairtrade gold, 3) goldsmiths wish to improve the environmental conditions of the mine area, 4) Fairtrade International and Stichting Max Havelaar/Fairtrade Netherlands offer a transparent

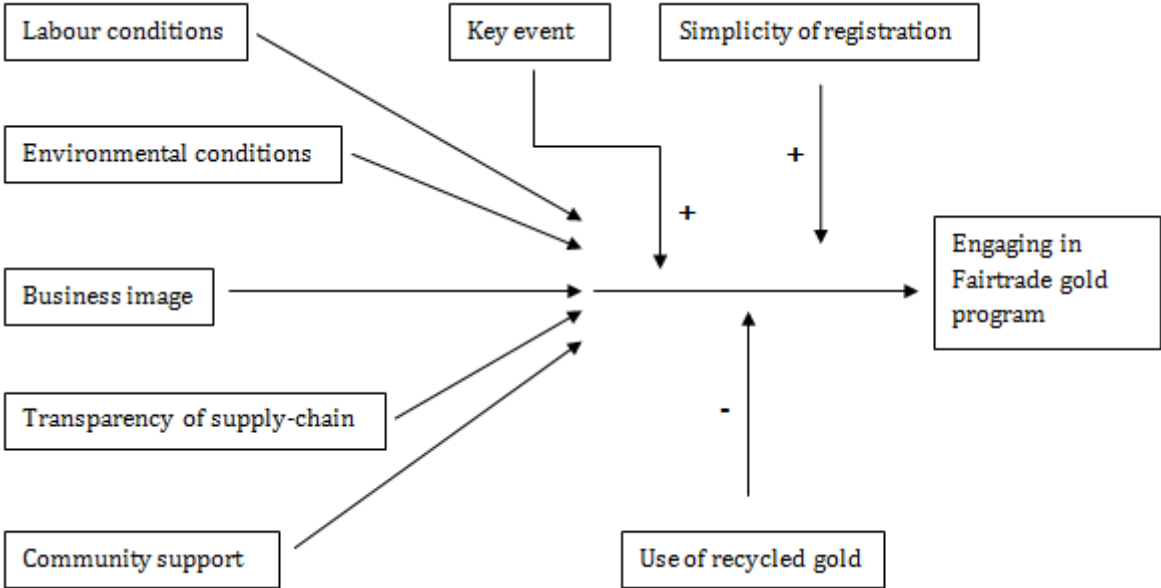
⁴⁶ The Fairtrade principles can be obtained here:

http://fairtrade-advocacy.org/images/Charter_of_Fair_Trade_principles_EN_v1.2.pdf.

⁴⁷ A combination of labour and/or environmental considerations and a strategic business decision was found in interviews 3, 8, 10, 11, 12, 13, 16, 18 & 19.

supply chain for Fairtrade gold, and 5) goldsmiths wish to support the surrounding community of the mine workers. Normative commitments appeared to be a more important motive for Dutch Fairtrade goldsmiths when compared to strategic business considerations. However, the data show that normative commitments and strategic business considerations go hand in hand, and that one goldsmith can be led by both considerations. The causal chain in table 6 on the next page shows how all variables relate to each other.

Table 6. The causal chain derived from the results.



5. Conclusion & discussion

This chapter wraps up the thesis by making concluding remarks, presenting the limitations of the research, and by making recommendations for further research. In short, Dutch goldsmiths are motivated to start using Fairtrade gold, because it improves the labour conditions of the mine workers, because it is advantageous for their business image, and because goldsmiths stated they wanted the environment of the mine site to be better protected. The most important recommendation for further research is to expand the current findings by investigating if Fairtrade goldsmiths in other countries have the same motives for engaging in Fairtrade International's Fairtrade gold program, either by expanding country-specific research or by conducting a large, cross-country study.

5.1. Conclusion

The qualitative research that is presented in this master's thesis, sought to unveil the self-reported motives of Dutch goldsmiths to start using Fairtrade gold. Over half of the sample was interviewed in a semi-structured manner, and all the interviews took place in the goldsmith's shop, workplace or atelier. Visiting the goldsmiths in their day-to-day environment made me understand how they work on a daily basis, as they allowed me to have a look-see in their work-life. Analyzing the results, it can be concluded that there are three important reasons for goldsmiths to take up Fairtrade gold.

First and foremost, by registering for Fairtrade International's Fairtrade gold program, most Dutch goldsmiths intend to improve the labour conditions of mine workers. Not only do they wish that those who mine the gold receive a decent income for doing that, they also wish that the overall labour conditions would improve. For example, they sought to protect mine workers from potentially toxic chemicals and to insure that the hours they worked were reasonable. Second, motives regarding 'business image' were of importance. Dutch goldsmiths stated that they wanted to engage in Fairtrade gold, because they either wanted to actively promote Fairtrade gold amongst their customers (the supply-driven approach), or they wanted to offer Fairtrade gold to their customers, whenever a customer is interested in that (the demand-driven approach).

Finally, environmental considerations appeared to be of importance for the goldsmiths. This differs from the discussion on labour conditions because environmental considerations solely focus on preserving the eco-system in the area of the mine by for instance disposing toxic chemicals in a responsible manner. As can be read in Fairtrade International's standard for Fairtrade gold, several measures are undertaken to diminish the destructive effect mining gold

has on the environment.⁴⁸ The dividing line between protecting labour or environmental conditions sometimes is a bit blurry. For instance, taking good care of containing mercury in a safe place not only affects the environment, it also affects the mine workers' health. As mentioned in the results section, one goldsmith can be motivated by a number of different considerations.

Besides unveiling the goldsmiths motives for engaging in Fairtrade gold, I was also curious about the goldsmiths' early evaluations of the program, since it contextualizes their motives. While conducting the interviews, many of the goldsmiths had been involved in the Fairtrade gold program for about six months. Early evaluations were positive, however goldsmiths were not able to evaluate their decision very thoroughly because of the time-span. The time-span might also clarify why only two goldsmiths use Fairtrade gold in a significant amount of their sales or turnover (> 20%).

When comparing the goldsmiths' motives to the motives of other social entrepreneurs, the outcomes of this research are similar to the outcomes of the research by Cater et al. (2015). The authors used a similar method and conclude that there are three groups of American fair trade social entrepreneurs: the ones who place ethics first, those who place business first and the entrepreneurs who place faith first (Cater et al., 2015, p. 1). Both ethics and business motives are important for Dutch goldsmiths; however, religion does not seem to be of importance. This difference might be related to the cultural differences between the United States and the Netherlands. Religion might be less present in the Dutch society when compared to the American society. In the Netherlands, almost fifty per cent of the population does not affiliate with a religious movement (Schmeets & Van Mensvoort, 2015), whereas this is roughly 23 per cent in the United States (Pew Research Center, 2015).

However, this is just an educated guess. As mentioned in the theoretical framework, the research on motives of both fair trade consumers and fair trade social entrepreneurs is very much context-specific, either to a culture, country, or product-type. Therefore, it is questionable if the results can be generalized and are representative for instance Europe, or for all so-called developed countries. Thus, making conclusive remarks regarding the behaviour of fair trade consumers or social entrepreneurs in general is difficult. As mentioned in the introduction, this research sought to determine the motives of Dutch Fairtrade goldsmiths, and by doing that, this research is just one small building block in the growing literature on the motives of (fair trade) social entrepreneurs. Prior to being able to make generalizing remarks on for instance all fair

⁴⁸ The Fairtrade standard for gold and associated precious metals for artisanal and small-scale mining can be downloaded here:
http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2015-04-15_EN_Gold-and-Precious_Metals.pdf.

trade goldsmiths in Europe, a number of country-specific research, or a large cross-country research has to be conducted.

When looking at the other literature on social entrepreneurship, the found motives are less similar to the current research. From the five motives that Germak and Robinson (2013, p. 18) appoint: personal fulfilment, helping society, non-monetary focus, achievement orientation, and closeness to social problem, only the first two are comparable to outcomes of the current research. Furthermore, Boluk and Mottiar found that besides social motives, lifestyle, 'acknowledgement and entering a network', and profit were motives for social entrepreneurs (2014, p. 59). Two of the goldsmiths mentioned that they participated in the Fairtrade gold program because it fits their lifestyle, but that is the only similarity between the outcomes of the research of Boluk and Mottiar (2014) and the outcomes of the master's thesis.

The difference in outcomes could be appointed to cultural differences, to differences in the type of fair trade products the social entrepreneurs sell, to the research method, or it might imply that perhaps Fairtrade goldsmiths are not a perfect fit with the general model of a social entrepreneur. As for the article of Boluk and Mottiar (2014), the data were conducted in South Africa and Ireland, and the social entrepreneurs that were interviewed were selling fair trade products in the tourism sector. As for the article by Germak and Robinson, the research was conducted amongst sixteen American citizens who were involved in a training program for social entrepreneurship, organized by the Rutgers Business School/State University of New Jersey (Germak & Robinson, 2013, p. 12). These citizens were planning to start up a social enterprise. Thus, although all respondents could be categorized as social entrepreneurs, the differences could be explained by how the cultures, countries and types of products differ from the current research.

Other remarks regarding the outcomes of the current research are that it is interesting that 'community support' is not one of the three most important motives for goldsmiths, since this is one of the pillars of the fair trade system. It is difficult to appoint a specific reason for this, and therefore definitely something that further research might clarify. Besides, it is interesting that some Dutch goldsmiths stated that they find the high level of transparency of the Fairtrade gold supply chain an important motive for enrolling in the program. To my knowledge, this is not something that previously appeared in the existing literature about fair trade social entrepreneurs, but it appears that Dutch goldsmiths attach value to the transparency of the system. With this finding, the current research contributed to the existing literature by presenting a motive for social fair trade entrepreneurs that up till now, remained unknown.

Besides the scientific contribution of this research, which is outlined in the paragraphs above, this research also provides recommendations for praxis. As mentioned in the societal relevance section, ethical and transparent supply chains are becoming more and more

important. Insights in why entrepreneurs choose to work socially or ethically responsible could help governments to stimulate other businesses in engaging in more ethical ways of producing. If it is known what drives people to start working with ethically-produced products, then governments could use that information to for instance start sponsoring campaigns which trigger businesses to work on making their supply chains more ethical and transparent.

A concrete policy recommendation for the Dutch government would be to more actively engage middle-men, such as goldsmiths, in meetings about how to make supply chains for products more sustainable and ethical. Middle-men are the ones who actually have to work with the product on a daily basis and therefore, they can much more easily appoint what the potential practical, day-to-day limitations are of certain policy changes with regard to the supply chain. As I mentioned in the theoretical framework, the Dutch Ministry of Foreign Affairs organised the National Roundtable for Gold on June 9th, 2015. On that day, initiatives were taken to work on a joint covenant with all stakeholders. The covenant should help the supply chain for gold to become more ethical and transparent. Goldsmiths were also involved in this process, and from my point of view, this roundtable should be an example for how other supply chains could be improved.

Moreover, looking more specifically at Fairtrade International and Stichting Max Havelaar/Fairtrade Netherlands, the outcomes of this research could help them to promote Fairtrade gold amongst goldsmiths. When it is known what drives or motivates goldsmiths to take up Fairtrade gold, it is easier to convince other goldsmiths of doing the same since the research provides more insights in what the goldsmiths' potential considerations are. In turn, when Fairtrade gold is sold in higher proportions, more mine workers will benefit from the Fairtrade system. The next paragraph elaborates on other suggestions for further research, and discusses the process of the current research.

5.2. Discussion

Conducting qualitative research has its advantages and qualities, but it also knows critiques. According to Bryman (2012, p. 405) the four most common critiques on qualitative research are that it can be subjective, that it has its difficulties when it comes to reproduction and generalization, and that it is not the most transparent method of conducting research. While I have tried to be aware of those critiques while conducting this research, these latter points remain.

Though I have tried to behave as objective as possible during interviews, it is always an interaction between two people. Therefore, it might be that unconsciously, my behavior could have influenced the respondent's answer via my non-verbal behavior or through the way I reacted to their answers. At the start of the interview, I mentioned that next to writing my

master's thesis, I also ran an internship at Stichting Max Havelaar/Fairtrade Netherlands. The fact that I ran an internship at the organization that facilitates Fairtrade gold, could have influenced what the goldsmiths did and did not want to tell me during the interviews.

Moreover, I actively asked if the respondent had considered more profit-based motives prior to engaging in the Fairtrade gold program. I tried to do this in such a way that the respondent was completely free to answer whatever s/he wanted, but I will never be sure. However, I think that by actively asking for more profit-based motives, the data I retrieved from the interviews became richer and more elaborated upon. Therefore, from my point of view, I think there are more advantages of asking such a question than there are disadvantages. (Un)consciously influencing the respondent's answer is a disadvantage of using interviews to collect data in general. However, I would never have had such elaborated and extended data if I had not chosen to conduct semi-structured interviews.

Another aspect of qualitative research that is sometimes problematic is the generalization of the results. The research sample for this research was relatively small, which allowed me to interview more than half of the sample. It is always difficult to state when qualitative research is truly representative, but for the type of research – a master's thesis – I managed to interview a large group of goldsmiths. Of the sample of 37 goldsmithing businesses, I managed to interview nineteen. It is still questionable whether or not this makes the data truly representative for all goldsmiths registered at the Fairtrade gold program, but I do have a more representative sample than someone who conducted five or ten interviews in the same sample. Moreover, reaching theoretical saturation while conducting nineteen interviews does indicate that enough goldsmiths were interviewed to come up with a well-underpinned answer and made me able to reflect on those things that were stated by a majority of the goldsmiths.

What also could have influenced the results, is the way in which I selected the respondents. I set requirements to assure the selected respondents were goldsmiths and decided to first interview those who were registered longest. If I had not set these requirements, I might have interviewed other goldsmiths and the results might have been different. The next limitation of qualitative research is the transparency, and with that, how easy it is for someone else to replicate the research. Even though I have tried to be as open as possible about which method I used to gather my data and how I interpreted the transcripts, it remains difficult for someone else to do exactly what I have done. Especially since I set up the whole research by myself, and interpreted the data by myself.

As mentioned in the method section, the data were analyzed by using the principles of grounded theory. An often heard critique on grounded theory is that the principles of grounded theory are not properly taken into account during the research, but still grounded theory is

appointed as being the method for analyzing and interpreting the data. In the method section, I explained how I have been trying to avoid this from happening.

The seventh category in the results chapter presents those motives that could not be appointed to a category. Two of those motives were about the effects of using Fairtrade gold on a goldsmith's personal fulfillment, for instance: "Now that I work with Fairtrade gold, I can do my work with more love and pride" (Appendix IV, interview 8). Now that research is available that unveils the motivations of Dutch goldsmiths, it might be interesting to – in a later stage – research what kind of personal fulfillments goldsmiths experience when using Fairtrade gold and thus producing ethical jewellery.

In the conclusion I mentioned that studies regarding (fair trade) social entrepreneurs' motives are conducted in a culture- and country-specific context. For instance, the research by Boluk and Mottiar (2014) was conducted in Ireland and South Africa, and the research by Cater et al. (2015) was conducted in the United States. From my point of view, an interesting suggestion for further research is to conduct research across several Northern countries and to compare and combine their outcomes in order to create a coherent picture of what the main motivations for fair trade social entrepreneurs in general are. The next step is to be able to appoint and explain the differences resulting from the specific contexts.

As mentioned in the results section, it would be a relevant addition to the current research to repeat it in a few years, when goldsmiths have worked with Fairtrade gold for a longer period of time. They would be able to more clearly appoint the advantages and disadvantages of working with Fairtrade gold, since they are more experienced, and therefore they will be better able to evaluate the decision. Thus, there will be more extended data available that provide an answer to the research question. A critique on the research design could be that I only interviewed goldsmiths who participated in the Fairtrade gold program and not those goldsmiths who perhaps considered it and then decided not to engage in the program. Arguments that clarify why goldsmiths decided to not start using Fairtrade gold can also give insights in what exactly the crucial points are in the decision making process. However, it is quite complicated to determine which goldsmiths decided to not take up the scheme. If the research will be repeated in a few years' time, it certainly will be a positive addition to the data to also interview goldsmiths who decided not to use Fairtrade gold.

To conclude, as mentioned in the introduction, Fairtrade gold is a new phenomenon. I hope that with this research, I have contributed to extending the academic literature on fair trade gold – even though this is 'just' a master's thesis. Moreover, I can only hope that in the coming years more awareness is created for the day-to-day situation of millions of artisanal and small-scale mine workers around the world. Let fair trade gold be a start to trigger the jewellery

industry to make their supply chains more transparent and ethical, and to secure that those who dig for all these precious minerals and stones, receive a fair share of the profit.

6. List of references

- Acemoglu, D., & Robinson, J. (2012). So close and yet so different. *Why nations fail: The origin of power, prosperity and poverty* (pp. 7-44). London: Profile Books.
- Achabou, M. A., & Dekhili, S. (2013). Luxury and sustainable development: Is there a match? *Journal of Business Research*, 66(10), 1896-1903.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.02.011>
- Andorfer, V. A., & Liebe, U. (2015). Do information, price, or morals influence ethical consumption? A natural field experiment and customer survey on the purchase of fair trade coffee. *Social Science Research*, 52, 330-350.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.ssresearch.2015.02.007>
- Bacon, C. (2005). Confronting the coffee crisis: Can fair trade, organic, and specialty coffees reduce small-scale farmer vulnerability in northern Nicaragua? *World Development*, 33(3), 497-511. <http://dx.doi.org/j.worlddev.2004.10.002>
- Ballet, J., & Carimentrand, A. (2010). Fair trade and the depersonalization of ethics. *Journal of Business Ethics*, 92(2), 317-330. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-010-0576-0>
- Becchetti, L., & Constantino, M. (2010). Fair trade in Italy: too much “movement” in the shop? *Journal of Business Ethics*, 92(2), 181-203. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-010-0578-y>
- Bezencon, V., & Blili, S. (2009). Fair trade managerial practices: Strategy, organisation and engagement. *Journal of Business Ethics*, 90(1), 95-113.
<http://dx.doi.org/10.1007/s10551-009-0029-9>
- Boluk, K. A., & Mottiar, Z. (2014). Motivations of social entrepreneurs: Blurring the social contribution and profits dichotomy. *Social Enterprise Journal*, 10(1), 53-68.
<http://dx.doi.org/10.1108/SEJ-01-2013-0001>
- Brunnschweiler, C. N., & Bulte, E. H. (2008). The resource curse revisited and revised: A tale of paradoxes and red herrings. *Journal of Environmental Economics and Management*, 55(3), 248-264. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jeem.2007.08.004>

- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods (Fourth edition)*. Oxford: Oxford University Press.
- Butt, F. (2015, March 16). *Fairtrade Goud Presentatie* [PowerPoint presentation]. Unpublished internal document, Stichting Max Havelaar.
- Carrington, M. J., Neville, B. A., & Whitwell, G. J. (2010). Why ethical consumers don't walk their talk: Towards a framework for understanding the gap between the ethical purchase intentions and actual buying behaviour of ethically minded consumers. *Journal of Business Ethics*, 97(1), 139-158. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-010-0501-6>
- Cater, J. J., Collins, L. A., & Beal, B. D. (2015). Ethics, faith, and profit: Exploring the motives of the U.S. fair trade social entrepreneurs. *Journal of Business Ethics*, 1-17. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-015-2934-4>
- Childs, J. (2014). A new means of governing artisanal and small-scale mining? Fair trade gold and development in Tanzania. *Resources Policy*, 40, 128-136. <http://dx.doi.org/10.1016/j.resourpol.2014.01.007>
- Collier, P. (2000). Doing well out of war: An economic perspective. In M. Berdal, & D. M. Malone (Eds.), *Greed and Grievance: Economic agendas in civil wars* (pp. 91-111). Colorado: Lynne Rienner Publishers.
- Collier, P. (2007). *The bottom billion: Why the poorest countries are failing and what can be done about it*. New York: Oxford University Press.
- Cope, J., & Watts, G. (2000). Learning by doing: An exploration of experience, critical incidents and reflection in entrepreneurial learning. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 6(3), 104-124. <http://dx.doi.org/10.1108/13552550010346208>
- Cramer, C., Johnston, D., Oya, C., & Sender, J. (2014). Fairtrade cooperatives in Ethiopia and Uganda: Uncensored. *Review of African Political Economy*, 21(1), 115-127. <http://dx.doi.org/10.1080/03056244.2014.976192>

- Dacin, P. A., Dacin, M. T., & Matear, M. (2010). Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here. *Academy of Management Perspectives*, 24(3), 37-57.
- Davies, I. A., Lee, Z., & Ahonkhai, I. (2012). Do consumers care about ethical luxury? *Journal of Business Ethics*, 106(1), 37-51. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-011-1071-y>
- Davies, I. A., & Ryals, L. J. (2010). The role of social capital in the success of fair trade. *Journal of Business Ethics*, 96(2), 317-338. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-010-0468-3>
- De Pelsmacker, P., Driesen, L., & Rayp, G. (2005). Do consumers care about ethics? Willingness to pay for fair-trade coffee. *The Journal of Consumer Affairs*, 39(2), 363-385. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1745-6606.2005.00019.x>
- De Pelsmacker, P., Janssens, W., Sterckx, E., & Mielants, C. (2006). Fair-trade beliefs, attitudes and buying behaviour of Belgian consumers. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 11(2), 125-138. <http://dx.doi.org/10.1002/nvsm.47>
- Didier, T., & Lucie, S. (2008). Measuring consumer's willingness to pay for organic and fair trade products. *International Journal of Consumer Studies*, 32(5), 479-490. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1470-6431.2008.00714.x>
- Doran, C. J. (2009). The role of personal values in fair trade consumption. *Journal of Business Ethics*, 84(4), 549-563. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-008-9724-1>
- Doran, C. J., & Natale, S. M. (2011). Empatheia and caritas: The role of religion in fair trade consumption. *Journal of Business Ethics*, 98(1), 1-15. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-010-0533-y>
- Dragusanu, R., Giovannucci, D., & Nunn, N. (2014). The economics of fair trade. *Journal of Economic Perspectives*, 28(3), 217-236. <http://dx.doi.org/10.1257/jep.28.3.217>
- Fairtrade standard for gold and associated precious metals for artisanal and small-scale mining (2013, November). Retrieved from http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2015-04-15_EN_Gold-and-Precious_Metals.pdf

- Fairgold (2014). Q&A. Retrieved from <http://www.fairgold.org/q-a/>
- Gendron, C., Bisailon, V., & Rance, A. I. O. (2009). The institutionalization of fair trade: More than just a degraded form of social action. *Journal of Business Ethics*, 86(1), 63-79.
<http://dx.doi.org/10.1007/s10551-008-9758-4>
- Germak, A. J., & Robinson, J. A. (2014). Exploring the motivation of nascent social entrepreneurs. *Journal of Social Entrepreneurship*, 5(1), 5-21.
<http://dx.doi.org/10.1080/19420676.2013.820781>
- Getz, C., & Shreck, A. (2006). What organic and fair trade labels do not tell us: Towards a place based understanding of certification. *International Journal of Consumer Studies*, 30(5), 490-501. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1470-6431.2006.00533.x>
- Goodman, M. K. (2004). Reading fair trade: Political ecological imaginary and the moral economy of fair trade foods. *Political Geography*, 23(7), 891-915.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.polgeo.2004.05.013>
- Griskevicius, V., Tybur, J. M., & Van den Bergh, B. (2010). Going green to be seen: Status, reputation, and conspicuous conservation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98(3), 392-404. <http://dx.doi.org/10.1037/a0017346>
- Hagelüken, C., & Corti, C. W. (2010). Recycling of gold from electronics: Cost-effective use through 'Design for Recycling'. *Gold Bulletin*, 43(3), 209-220.
- Henderson D., 2008. Fair trade is counterproductive – and unfair. *Economic Affairs*, 28(3), 62–64.
<http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-0270.2008.00847.x>
- Hilson, G. (2008). 'Fair trade gold': Antecedents, prospects and challenges. *Geoforum*, 39(1), 386-400. <http://dx.doi.org/10.1016/j.geoforum.2007.09.003>
- Hilson, G. (2014). 'Constructing' ethical mineral supply chains in Sub-Saharan Africa: The case of Malawian fair trade rubies. *Development and Change*, 45(1), 53–78.
<http://dx.doi.org/10.1111/dech.12069>

- Hoogvelt, A. (2002). Globalisation, imperialism and exclusion: The case of Sub-Saharan Africa. In Zack-Williams, T., Frost, D., & Thompson, A. (Eds.), *Africa in crisis: New challenges and possibilities* (pp. 15-28). London: Pluto Press.
- Humphreys, M. (2005). Natural resources, conflict, and conflict resolution: Uncovering the mechanisms. *Journal of Conflict Resolution*, 49(4), 508-537.
<http://www.jstor.org/stable/30045129>
- Huybrechts, B. (2012). Fair trade and social enterprise. In L. T. Reynolds & E. A. Bennett (Eds.), *Handbook of research on fair trade* (pp. 230-246). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Jaffee, D. (2010). Fair trade standards, corporate participation, and social movement responses in the United States. *Journal of Business Ethics*, 92(2), 67-285.
<http://dx.doi.org/10.1007/s10551-010-0583-1>
- Jaffee, D., & Howard, P. H. (2010). Corporate cooptation of organic and fair trade standards. *Journal of Agriculture and Human Values*, 27(4), 387-399.
<http://dx.doi.org/10.1007/s10460-009-9231-8>
- Kimberley Process (2016). *About*. Retrieved from <http://www.kimberleyprocess.com/en/about>
- Ladhari, R., & Tchetgna, N. M. (2015). The influence of personal values on fair trade consumption. *Journal of Cleaner Production*, 87, 469-477.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.10.068>
- Le Billon, P. (2001). The political ecology of war: natural resources and armed conflicts. *Political Geography*, 20(5), 561-584. [http://dx.doi.org/10.1016/S0962-6298\(01\)00015-4](http://dx.doi.org/10.1016/S0962-6298(01)00015-4)
- Low, W., & Davenport, E. (2005). Has the medium (roast) become the message? The ethics of marketing fair trade in the mainstream. *International Marketing Review*, 22(5), 494-511.
<http://dx.doi.org/10.1108/02651330510624354>
- Low, W., & Davenport, E. (2006). Mainstreaming fair trade: Adoption, assimilation, appropriation. *Journal of Strategic Marketing*, 14(4), 315-327.
<http://dx.doi.org/10.1080/09652540600947912>

- Lyon, S. (2007). Fair trade coffee and human rights in Guatemala. *Journal of Consumer Policy*, 30(3), 241-261. <http://dx.doi.org/10.1007/s10603-007-9040-7>
- Ma, Y. J., & Lee, H. (2012). Understanding consumption behaviours for fair trade non-food products: Focusing on self-transcendence and openness to change values. *International Journal of Consumer Studies*, 36(6), 622–634.
<http://dx.doi.org/10.1111/j.1470-6431.2011.01037.x>
- Mahe, T. (2010). Are stated preferences confirmed by purchasing behaviours? The case of fair trade-certified bananas in Switzerland. *Journal of Business Ethics*, 92(2), 301-315.
<http://dx.doi.org/10.1007/s10551-010-0585-z>
- Maseland, R., & De Vaal, A. (2002). How fair is fair trade? *De Economist* 150(3), 251-272.
- Max Havelaar (2013a). *Wie zijn wij?* Retrieved from http://maxhavelaar.nl/39/wie_zijn_wij
- Max Havelaar (2013b). *Wat is Fairtrade?* Retrieved from
http://maxhavelaar.nl/34/wat_is_fairtrade
- Max Havelaar. (2014, October 14). *Wat is Fairtrade?* [Video File]. Retrieved from
<https://www.youtube.com/watch?v=bi3ieBeZGw8>
- Mehlum, H., Moene, K., & Torvik, R. (2006). Institutions and the resource curse. *The Economic Journal*, 116(508), 1-20. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-0297.2006.01045.x>
- Morton, J. F. (2007). The impact of climate change on smallholder and subsistence agriculture. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 104(50), 19680-19685.
<http://dx.doi.org/10.1073/pnas.0701855104>
- Neumann, W. (2011, November 23). A question of fairness. *The New York Times*. Retrieved from
http://www.nytimes.com/2011/11/24/business/as-fair-trade-movement-grows-a-dispute-over-its-direction.html?_r=0

- Pedregal, V. D., & Ozcaglar-Toulouse, N. (2011). Why does not everybody purchase fair trade products? The question of the fairness of fair trade products' consumption for consumers. *International Journal of Consumer Studies*, 35(6), 55–660.
<http://dx.doi.org/10.1111/j.1470-6431.2010.00990.x>
- Pew Research Center (n.d.). *Religions: Explore religious groups in the U.S. by tradition, family and denomination*. Retrieved from <http://www.pewforum.org/religious-landscape-study/>
- Raynolds, L. T. (2000). Re-embedding global agriculture: The international organic and fair trade movements. *Agriculture and Human Values*, 17(3), 297-309.
<http://dx.doi.org/10.1023/A:1007608805843>
- Reed, D. (2009). What do corporations have to do with fair trade? Positive and normative analysis from a value chain perspective. *Journal of Business Ethics*, 86, 3-26.
<http://dx.doi.org/10.1007/s10551-008-9757-5>
- Renard, M. (2003). Fair trade: Quality, market and conventions. *Journal of Rural Studies*, 19(1), 87-96.
- Robinson, J. A., Torvik, R., & Verdier, T. (2006). Political foundations of the resource curse. *Journal of Development Economics*, 79(2), 447-468.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jdeveco.2006.01.008>
- Romani, S. S., Grappi, S. S., & Bagozzi, R. B. (2013). Explaining consumer reactions to corporate social responsibility: The role of gratitude and altruistic values. *Journal of Business Ethics*, 114(2), 193–206. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-012-1337-z>
- Rooke, M. (2015, January 16). On its way: Fairtrade gold from Africa. *The Guardian*. Retrieved from <http://www.theguardian.com/sustainable-business/fairtrade-partner-zone/2015/jan/16/on-its-way-fairtrade-gold-from-africa>
- Roozen, N., & Van der Hoff, F. (2001). *Fair trade: Het verhaal achter Max Havelaar-koffie, Oké bananen en Kuyichi-jeans*. Amsterdam: Van Gennep.

- Ross, M. L. (1999). The political economy of the resource curse. *World Politics*, 51(2), 297-322.
<http://www.jstor.org/stable/25054077>
- Ross, M. L. (2002). Oil, drugs, and diamonds: The varying roles of natural resources in civil war. In K. Ballentine, & J. Sherman (Eds.), *The political economy of armed conflict: Beyond greed and grievance* (pp. 47-70). London: Lynne Rienner Publishers.
- Rouwenhorst, Ph. A., & Van Helden, B. (2013). *Arbeidsmarkt- en Structuuronderzoek Goud- & Zilvermedenbranche: In opdracht van SVGB Kenniscentrum*. Retrieved from
<http://www.svgb.nl/uploads/downloads/131010%20Rapportage%20Arbeidsmarkt%20Goud-%20en%20Zilvermeden%20Def.pdf>
- Sachs, J. D., & Warner, A. M. (2001). Natural resources and economic development: The curse of natural resources. *European Economic Review*, 45(4-6), 827-838.
[http://dx.doi.org/10.1016/S0014-2921\(01\)00125-8](http://dx.doi.org/10.1016/S0014-2921(01)00125-8)
- Schmeets, H., & Van Mensvoort, C. (2015). *Bevolkingstrends: Religieuze betrokkenheid van bevolkingsgroepen, 2010-2014*. Retrieved from <https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2015/20/religieuze-betrokkenheid-van-bevolkingsgroepen-2010-2014>
- Schultze, W. S., Lubatkin, M. H., & Dino, R. N. (2003). Toward a theory of agency and altruism in family firms. *Journal of Business Venturing*, 18(4), 473-490.
[http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00054-5](http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00054-5)
- Smithers, R. (2014, September 3). Global fairtrade sales reach £4.4bn following 15% growth during 2013. *The Guardian*. Retrieved from <http://www.theguardian.com/global-development/2014/sep/03/global-fair-trade-sales-reach-4-billion-following-15-percent-growth-2013>
- Stenn, T. L. (2013). *The Cultural and Political Intersection of Fair Trade and Justice: Managing a Global Industry*. London: Palgrave Macmillan.
- Taylor, J. E., & Boasson, V. (2014). Who buys fair trade and why (or why not)? A random survey of households. *The Journal of Consumer Affairs*, 48(2), 418-430.
<http://dx.doi.org/10.1111/joca.12025>

- U.S. Securities and Exchange Commission. (2014, July 29). *Fact sheet*. Retrieved from <http://www.sec.gov/News/Article/Detail/Article/1365171562058#.VRetlvysW6M>
- Van Gelder, J. W., & Smit, R. (2015). *Options for sustainability – strategic gold chain assessment: Report prepared for the Dutch Ministry of Foreign Affairs*. Retrieved from http://www.profundo.nl/page/show/thema-s/p722#_2015_p-722
- Vice. (2012, May 22). *Conflict minerals, rebels and child soldiers in Congo* [Video File]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=kYqrflGpTRE>
- Vice News. (2014, March 28). *South Africa's illegal gold mines* [Video File]. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=sVQWFmy2A_k
- Wielechowski, M., & Roman, M. (2012). The essence of fair trade and its importance for the world economy. *Oeconomia*, 11(4), 47–57.
- World Fair Trade Organization and Fairtrade Labelling Organizations International (2009). *A Charter of Fair Trade Principles*. Retrieved from <http://www.wfto.com/sites/default/files/Charter-of-Fair-Trade-Principles-Final%20%28EN%29.PDF>
- Yin, R. K. (2009). *Case study research: Design and methods* (Fourth edition). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519-532. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.04.007>

Appendix I | The final interview protocol

First of all, thank you for making time for the interview. We already had contact over the phone/via e-mail, but it might be nice to tell you more about the context of this interview before we start. Currently, I am working on my master's thesis, which is part of the master's program 'Conflicts, Territories & Identities' at Radboud University in Nijmegen. The specialisation focuses on conflicts, within and between states. These conflicts are analysed from different perspectives, e.g. from an economic, a social, historical or geographical perspective. This is an interdisciplinary master's program, so students with several bachelor's degrees are able to apply.

I obtained a bachelor's degree in Communication and Information Studies and finished the pre-master program for Business Administration prior to applying for the master's program. For my master's thesis I try to link the different studies. I already mentioned it shortly over the phone/via e-mail, but my thesis focuses on Fairtrade gold, and on the question why goldsmiths choose to work with Fairtrade gold. This can be on demand, partly or totally. Furthermore I am curious how goldsmiths would evaluate their decision. Besides writing my thesis, I run an internship at Stichting Max Havelaar/Fairtrade Netherlands, where I am also concerned with the activities regarding Fairtrade gold.

In order to properly transcribe the interviews, I would like to tape them. When my thesis is finished, I have to hand in a CD with the audiotapes and transcriptions of the interviews at Radboud University. The audiotapes and transcripts will not be made publicly available, but they serve as a way for my thesis supervisor to check for plagiarism. Would it be all right for you if I record the interview from now on? The interview will take about an hour.

Introduction

- Could you tell me something about the jewellery you make?
- How long have you been working in the jewellery industry?

Involvement with Fairtrade gold

- When did you first hear about Fairtrade gold?
- From where did you first hear about Fairtrade gold?
- When did you officially register for the goldsmiths registration scheme?
- Why did you decide to register for the scheme?
- What type of registration did you choose?
- Why did you choose this type of registration?

- Do you make jewellery with Fairtrade gold only on demand, do you make a fixed part of your jewellery with Fairtrade gold, or perhaps all the jewellery that you make?
- Why did you choose one of the latter options?

Finances

- How much of your turnover is coming from jewellery made with Fairtrade gold?
- What is for you the price difference of the buying price for Fairtrade gold and the one for regular gold?
- Do you charge a higher selling price for jewellery made with Fairtrade gold in comparison to jewellery made with regular gold?
- If yes, what is the price difference?
- Have you seen any changes in your finances since you began using Fairtrade gold?
- If yes, have these changes been positive or negative?
- Can you elaborate on that?

Marketing

- Do you explicitly mention that you sell jewellery made with Fairtrade gold via your communication channels, for instance on your website, in brochures or in your shop, workplace or atelier?
- If yes, through which communication channels do you mention that you sell jewellery made with Fairtrade gold?
- Are you aware that Stichting Max Havelaar/Fairtrade Netherlands offers communication materials about Fairtrade gold for jewellers and goldsmiths?
- If yes, do you use these materials?
- If yes, are you satisfied with these materials?
- If not, what are the points for improvement?
- If yes on the first question, what are the advantages of mentioning that you work with Fairtrade gold in your marketing?
- If yes on the first question, are there any disadvantages of mentioning that you work with Fairtrade gold in your marketing?
- If yes, which disadvantages are there?

Customer-base

- Did you communicate to your customer base that you registered for the goldsmiths registration scheme?
- If yes, what were your customers' reactions when you started selling Fairtrade gold?

- How important do you think the Fairtrade mark is for your customers?
- Do you think that customers especially come to you for jewellery made with Fairtrade gold?
- Have you seen any changes regarding your customer-base after you started using Fairtrade gold?

Goldsmith's involvement with fair trade

- Is ethical or fair trade also important for you in your private life?
- If so, in what way is ethical or fair trade important for you in your private life?

Evaluation

- How would you evaluate the decision to register for the goldsmiths registration scheme?
- Did you have certain expectations prior to the registration?
- If yes, what were the expectations?
- If yes, did the online goldsmiths registration scheme fulfil your expectations?
- If yes, which expectations were fulfilled and which were not?
- Do you think that the registration for the Fairtrade gold program brought you free publicity, via the attention that Stichting Max Havelaar/Fairtrade Netherlands pays to it?
- Do you have points for improvement for the Fairtrade gold program?
- Are you planning to register for the Fairtrade gold scheme again, next year?

Extra

- May I ask where you purchase the diamonds and gemstones for your jewellery?
- Are there things that we did not discuss, but that you would still like to share with me?

Thank you so much for your time, and for your willingness to answer all my questions. Would it be all right for you if I mention the name of your business in the conclusion of my master's thesis? Besides my master's thesis, I also write a research report for Stichting Max Havelaar/Fairtrade Netherlands. The research report will probably be a summary of my thesis, with those things that are relevant for the organisation. Would it be all right if I also use these data for the research report? And would it be all right if I mention the name of your business in the conclusion of the research report?

When I quote, I will not mention the name of the goldsmith the quote is from, but I will write it down as: 'A goldsmith told me...'. Readers know that it is one of the twenty goldsmiths I interviewed, but the quote is not linked to the person that provided me with the information. Is

that all right for you? Do you have my contact details? If not, then I will give them to you. If you have any questions, please do not hesitate to call me or send me an e-mail.

Appendix II | An overview of the interviewed goldsmithing businesses.

The list below presents the goldsmithing businesses that were interviewed. Due to privacy reasons I chose not to directly link quotes or transcripts to the goldsmiths I interviewed. However, I did ask permission to mention the names of the goldsmithing businesses in my thesis, so that the reader is able to find out more about the goldsmiths when s/he wants to. The goldsmithing businesses are mentioned in alphabetic order. This order does not correspond with the numbering of the interviews in the results chapter.

- Aletta Teunen Edelsmid
- Atelier Karin Wichers
- Atelier LUZ
- Atelier 't Sieraad
- Carla Nelissen Edelsmid
- Cécile van Eeden Sieraden
- De Smederij (v/h De Stokerij)
- Goudsmidatelier Jeandice
- Hoogenboom & Bogers Edelsmeden
- Inge Rens Jewellery Design
- Juffrouw Dubois
- Liesbeth Busman Sieraden + Objecten
- Margo Nelissen Sieraden
- Marleen Hengeveld
- Matthijs Hanck Sieraden
- Minouche en Rûne Sieraden
- Mirjam Verhoef Edelsmid-beeldend kunstenaar
- Nadine Kieft Jewelry
- Sohier & Gelderman Edelsmeden
- vanNienke sieraden

Appendix III | An overview of the given and rated motives by goldsmiths, ordered by interview.

Interview 1

Motive 1: Fairtrade gold is less bad for the environment (7).

Motive 2: Fairtrade gold provides the mine workers with a decent income (9).

Motive 3: Fairtrade gold helps the mine workers' community (9).

Motive 4: It is positive that a large organisation as Stichting Max Havelaar is connected to Fairtrade gold (6).

Interview 2

Motive 1: I want to contribute to making Fairtrade gold successful (-).

Motive 2: I want to improve the labour conditions of mine workers (8).

Motive 3: I want to improve the environmental conditions of mine workers' communities (8).

Interview 3

Motive 1: Mining gold is bad for the environment (7,5).

Motive 2: Mine workers receive too little income for the work they do (7,5).

Motive 3: The use of Fairtrade gold fits the image of my business (6,5).

Interview 4

Motive 1: Gold mine workers deserve better labour conditions (7).

Motive 2: It is free of charge and easy to register as a fair trade goldsmith (10).

Motive 3: Fairtrade gold is not much more expensive than regular gold (-).

Interview 5

Motive 1: In my private life, I also buy fair trade products. So if a customer asks for Fairtrade gold, I want to be able to offer it (5,5).

Motive 2: I think it is important to create more customer awareness for Fairtrade gold (8).

Interview 6

Motive 1: I want the people who are in a deprived situation to emancipate, which is possible through Fairtrade gold (10).

Interview 7

Motive 1: I think it is important to create more customer awareness for Fairtrade gold (10).

Motive 2: Gold mine workers deserve better labour conditions (10).

Motive 3: Mining Fairtrade gold is less bad for the environment (10).

Motive 4: The Fairtrade gold system positively influences the gold mine workers' community (10).

Interview 8

Motive 1: I feel responsible to take position on issues regarding gold mines (-).

Motive 2: Now that I work with Fairtrade gold, I can do my work with more love and pride (-).

Motive 3: Because there is little work in mining regions, people are forced to work with materials where they have too little knowledge of, such as mercury, which is bad for their health (8,5).

Motive 4: Using mercury in the wrong way is also bad for the environment (7,5).

Motive 5: It is positive for my image to show my customers that I am willing to support these gold miners (8,5).

Interview 9

Motive 1: Personally, I think Fairtrade gold is important (6).

Motive 2: It is good for my image that I also sell Fairtrade gold (7).

Interview 10

Motive 1: Gold mine workers deserve better labour conditions (10).

Motive 2: Mining Fairtrade gold is less bad for the environment (9).

Motive 3: It is positive for my image to show my customers that I am willing to support these gold miners (7).

Interview 11

Motive 1: Using Fairtrade gold might benefit the gold mine workers (5).

Motive 2: If a customer asks for Fairtrade gold, I want to be able to offer it (10).

Interview 12

Motive 1: The Fairtrade gold system positively influences the gold miners' communities (10).

Motive 2: I want to do justice to the position of a gold miner (10).

Motive 3: Gold mine workers deserve better labour conditions (10).

Motive 4: Mining Fairtrade gold is less bad for the environment (8).

Motive 5: If a customer asks for Fairtrade gold, I want to be able to offer it (7,5).

Interview 13

Motive 1: I would like to contribute to improving the overall situation in gold mines (9).

Motive 2: If a customer asks for Fairtrade gold, I want to be able to offer it (7).

Motive 3: It is transparent for the goldsmith where he/she has to buy the gold (9).

Motive 4: It is free of charge to register as a Fairtrade goldsmith (8).

Interview 14

Motive 1: Working in/on a gold mine is inhumane (10).

Motive 2: Mining Fairtrade gold is less bad for the environment (8,5).

Motive 3: Gold miners are suppressed by large organizations who are very powerful in the region (7).

Interview 15

Motive 1: Being a fair trade goldsmith fits my lifestyle (6).

Motive 2: Fairtrade gold is something new which could work out positive for my business (7).

Interview 16

Motive 1: Gold mine workers deserve better labour conditions (10).

Motive 2: Mining Fairtrade gold is less bad for the environment (10).

Motive 3: Being a Fairtrade goldsmith distinguishes the business from others in the region (8).

Interview 17

Motive 1: Gold mine workers deserve a better income (9).

Motive 2: Mining Fairtrade gold is less bad for the environment (9).

Interview 18

Motive 1: It is free of charge to register as a Fairtrade goldsmith (5).

Motive 2: No minimum purchase is required when the goldsmith is registered instead of licensed (8).

Motive 3: Gold mine workers deserve better labour conditions (10).

Motive 4: Mining Fairtrade gold is less bad for the environment (10).

Motive 5: It is transparent for the goldsmith where the gold comes from (9).

Motive 6: It is transparent for the goldsmith where he/she has to buy the gold (9).

Motive 7: It is positive for my image to show my customers that I am willing to support these gold mine workers (7).

Motive 8: It is positive that a well-known organization in the Netherlands such as Stichting Max Havelaar approves the Fairtrade gold (8).

Interview 19

Motive 1: The realization that you were not aware at all of the situation of gold mine workers (7).

Motive 2: The realization that the situation of gold mine workers is bad: 1) working in/on a gold mine is unhealthy (6), 2) working in/on a gold mine is dangerous (6), and 3) working in/on a gold mine does not pay enough (6).

Motive 3: If a customer asks for Fairtrade gold, I want to be able to offer it (5).

Motive 4: It is positive for my image to show my customers that I am willing to support these gold miners (6).

Appendix IV | The motives that were mentioned by goldsmiths, ordered by interview.

Interview 1

I: “Wat ik denk ik het belangrijkste vind is dat het voor het milieu veel minder belastend is, en dat de mensen die het goud delven, daar ook een, gewoon een, net als hier, een nette boterham aan kunnen verdienen. En dat ook de hele gemeenschap daaromheen, daar ook de vruchten van plukt. Dat het niet alleen maar één iemand is. Nu is het zo dat als je gouddelver wordt, dan wordt één bedrijf heel rijk. En als je goud Fairtrade koopt, heb ik toch het idee dat je de kleinere mensen veel lokaler kan helpen. En die een beter leven kan geven. En ik denk dat dat alleen maar een groter effect gaat krijgen.” [...] “Dat is voor mij wel de reden geweest, of eigenlijk twee: het sociale aspect maar ook het milieuaspect.” [...]

R: “En u bent dan specifiek met Stichting Max Havelaar in zee gegaan, omdat u zegt van, omdat zij ermee naar buiten treden, naar de klant toe, dat spreekt mij ook aan.

I: Ja. Voor mij is het heel belangrijk, ik kan het hier wel van de daken schreeuwen, maar op het moment dat zo’n organisatie daar achterstaat, hebben mensen daar wat meer mee. Je verhaal kan je beter doen, het wordt ook overal een beetje hetzelfde verhaal, dat mensen niet zoiets hebben van: ‘Fairtrade, waar komt dat dan vandaan?’ Dat daar toch een soort stempeltje op zit, van dit is goed.”

Interview 2

I: “Omdat ik het heel belangrijk vind dat het wel van de grond komt.” [...]

I: “Of het nou voor ons is, of voor de telefoons, het maakt me niet uit. Als je, als dat je aan het hart gaat, die omstandigheden van hoe mensen daar in werken, dan zal je daar toch iets tegenover moeten stellen. Of jouw goud nou uit die mijn komt, of niet, het maakt eigenlijk niet uit.” [...]

R: “En, zijn er daarna nog andere dingen, of gaat het je echt puur om dat je weet, oké, als ik dit koop dan weet ik waar het vandaan komt, dan weet ik hoe het gemaakt is, daar ben ik me van bewust.

I: Ja, ja. Dat is echt, dat vind ik echt het allerbelangrijkste.

R: En speelt milieu daar dan ook een rol in?

I: Ja, zeker. Ja, nee inderdaad. Als je ziet hoe ze in Suriname en die landen in die omgeving de oerwouden helemaal loswoelen en alles zo de rivier insmijten, dan ehm, ja, dat vind ik wel zonde, ja.”

Interview 3

R: “En wat was het dan in die film, dat er werd vertoond in die film dat u dacht: dit kan niet?”

I: Dat de leefomgeving van die mensen totaal verstierd wordt.” [...]

I: “Dat was, hè, dat dus door het gebruik van die chemicaliën het drinkwater in gevaar komt. Dat de gewassen uitdrogen, omdat ze water tekort komen door al die vervuiling.” [...]

I: “Ja, dan wordt die hele cyclus natuurlijk.” [...]

I: “En mensen worden ziek.” [...]

I: “Eigenlijk bijna open deuren, want dat kun je weten. En dit gebeurt natuurlijk op ontzettend veel terreinen. Dat door winning van het één of ander, ontbossing, het hele verhaal van, hè, moeten daar mijn spullen van gemaakt worden. En het wordt allemaal duur verkocht, maar die mensen, die leefomgeving gaat er gewoon helemaal aan.

R: Dus dan was het eigenlijk vooral het milieuaspect?

I: En dus natuurlijk ook daarnaast de oneerlijke betaling. Die mensen krijgen gewoon veel te weinig voor wat ze doen.” [...]

I: “Nou ja, het zou zeker wel. Het heeft natuurlijk een positieve uitstraling, laat ik het zo zeggen. Maar daar wil ik het toch niet alleen voor doen, zal ik maar zeggen. Ik wil het goed onderbouwd doen. Niet omdat het hip is.”

Interview 4

I: “Ja, het, gewoon het, dat mensen benadeeld worden in jouw product. Zeg ik dat goed, zo?”

R: Ja, ja. Dus het is oneerlijk?

I: Ja, heel. Dat mensen echt tot een soort slavernij worden gedwongen en misschien 1 cent krijgen per dag. Slechte arbeidsvoorwaarden. Terwijl ik een, waardoor ik een luxe product mag maken.” [...]

I: “Laten we het op arbeidsvoorwaarden houden.” [...]

R: “Haha, ja. Zijn er nog andere dingen die je hebben overgehaald, behalve dat motief?”

I: Nou, en dat het dus heel makkelijk tegenwoordig is.

R: Ja, ja.

I: En dat het mij relatief, ja ik geloof dat het nu iets van, het percentage wat het nou duurder is met het gewone goud.

R: Ja.

I: Ja, ik vind het meevallen.” [...]

Interview 5

I: “Ehm, punt één natuurlijk vanuit gewoon het oogpunt dat ik ook Fairtrade koffiebonen koop bij wijze van spreken, dus dat. Aan de andere kant vind ik bewustwording er goed van. Dus ook al gebruik je het misschien niet meteen, je kan het dus wel communiceren zeg maar naar buiten toe. Want veel mensen hebben natuurlijk geen. Er zijn ook veel mensen die er zich helemaal niet druk om maken, of erover nadenken überhaupt. Ehm, en ja. Die mogelijkheid bieden. Hè, het zal

niet zo zijn dat ik nooit meer met ander goud zou werken of zo. Dat, ja ik vind nog steeds namelijk. Dat is mijn keuze natuurlijk, of ik dat wel of niet doe, maar juist omdat het nu nog in zulke kinderschoenen staat voor mijn gevoel dat dat eigenlijk ook nog niet. Je kan bijna niet een heel sieraad uit Fairtrade goud maken. Dat is natuurlijk nog het euvel met sloten en furnituren waar je tegenaan loopt, laat ik het zo zeggen. Maar je moet wel die mogelijkheid bieden.” [...]

Interview 6

I: “[...]. Maar goed om even op je vraag terug te komen, waarom wilde ik daar graag mee werken. Omdat je natuurlijk ja, heel. We hebben het hier hartstikke goed. En dat gaat ten koste van mensen aan de andere kant van de aardbol. En dat is niet goed. Dat klopt gewoon niet. Ja, dat wij hier met zijn allen drie keer per jaar op vakantie kunnen en in leuke kleertjes kunnen lopen, dat gaat ten koste van andere mensen die een rotleven hebben. Zodat wij dat allemaal kunnen doen.” [...]

I: “Ehm, maar ja. Ja, inderdaad, eigenlijk sociale emancipatie van de mensen die het slechter hebben dan wij. Daar komt het eigenlijk een beetje op neer. Dat vind ik gewoon belangrijk.” [...]

R: “Dus eigenlijk was het meer dat je emancipatie van de mensen daar. Maar dat is ook dus dat je het eigenlijk raar vindt dat we hier drie keer per jaar op vakantie kunnen en heel veel geld hebben, omdat het geld wat hier dan is van die verkoop van goud, eigenlijk een stukje terug?”

I: Ja, maar ik trek het breder, hè. Maar inderdaad, ja. Ja, je kan, omdat het niet zichtbaar is, leek het een soort geoorloofd. Er is natuurlijk allemaal, er zijn dingen veranderd, hè. Want, goed. Ehm, hartstikke goed dat daar zoveel veranderd is. Maar als ik dan denk aan die tijd dat ik ermee begon, was dat veel minder. En het klopt gewoon niet. Ik heb het in Afrika gezien, ik heb veel gereisd, ik weet hoe mensen uitgeknepen worden. En dat klopt gewoon niet. Dat is gewoon echt heel erg, alleen je vergeet het. Je wil het ook een beetje vergeten, weet je wel. Je koopt ook wel eens een hamburger in plaats van dat je dan de hele tijd vegetarisch bent, daar heeft het ook mee te maken. Het is ook niet altijd makkelijk om het goede te doen. Hè, er slipt wel eens wat tussendoor. Maar ja, ik denk dat het gewoon heel goed is om je daar weer meer bewust van te worden. En als mensen, als er wat minder hard onderhandeld wordt met de mensen die geen onderhandelingspositie hebben, dan kunnen zij een betere wereld, een beter bestaan hebben. En dat is alleen maar goed.”

Interview 7

I: “Om die reden, omdat ik het ontzettend belangrijk vindt, A: dat mensen weten dat het bestaat. Mensen hebben geen idee. En dat is natuurlijk een hele trend. We zijn bezig met waar komt onze kleding vandaan, hè, waar komt. Met al je voedsel, enzovoort, enzovoort. En zo gaat dat voor goud ook.” [...]

I: “En nogmaals, voor die mensen, voor het milieu, voor die gemeenschappen. Dat ze op een fatsoenlijke manier daar een boterham verdienen in plaats van als wilde mannen daar letterlijk de boel te plunderen.

R: Ja.

I: Daar, dat gaat me gewoon aan mijn hart, dus ja om die reden.”

Interview 8

I: “En dat andere werk vind ik, of goud vind ik een hele goede stap in de goede richting, alleen mijnen moet verbeterd worden.” [...]

R: “Ja. Dus je vindt, het is een soort van verantwoordelijkheidsgevoel?

I: Ja.” [...]

I: “Maar ehm, ja mijn interesse lag al eerder. Ik denk dat ehm, dat ik mijn werk met meer liefde kan doen en met meer trots kan doen door dat ik met dit materiaal nu werk.” [...]

I: “Ehm nou ja, maar dat is niet. Ik kan alleen zeggen wat ik dan daarin vind en weet. Ehm, nou ja ik vind dat ehm mensen met te weinig kennis met materialen werken waar ze absoluut niet de impact van kunnen voorzien.

R: Ja, ja.

I: Maar vooral onder omstandigheden waarin ze geen andere keuze hebben. En dat laatste, dat is natuurlijk ontzettend belangrijk. Want zelfs als mensen wisten dat kwik niet goed is, zijn er ook geen alternatieven.” [...]

I: “En ehm, als in, hoe zeg je dat, werkgelegenheid.

R: Ja, ja.

I: Snap je, daar gaat het ook om.

R: Ja.

I: Dus dat vind ik er moeilijk aan. Maar goed, dat is niet fout vanuit de mijn, dat is gewoon fout in de wereld, zal ik maar zeggen.” [...]

I: “[...]. Ehm, en ja wat ik daar ook gezien heb, maar wat ik ook moeilijk te overzien vind, is de milieu-impact. Het is helder dat dit niet de goede kant op gaat.” [...]

I: “Ik vind dus de sociale component, de gezondheidscomponent, dat is wat ik het, wat ik zelf het moeilijkst vind. Ook omdat ik dat het beste begrijp, of zo.” [...]

R: “En die sociale component, daar zit dus kennisoverdracht in, maar zit daar dan nog meer in, of gaat het echt alleen maar over dat mensen, de mensen daar een soort van bewustzijn krijgen waarmee ze werken? En dat kwik niet zomaar iets is wat je ehm weg kan gooien in de grond.

I: Ja, het gaat over ehm, nou ja het gaat dus gedeeltelijk over die kennis en het gaat gedeeltelijk over de keuze.

R: Hm hm.

I: Ehm, dat heeft met veel meer te maken dan alleen met goud.

R: Ja.

I: Ehm, ja nee, ja maar ik ga in herhaling vallen als ik nog langer ga uitleggen. Ik denk, maar je snapt het wel, toch, dat dat gewoon. Dus inderdaad gewoon weten waarmee je werkt en hoe je dat op een betere manier kan doen. Maar ook gewoon rechten en weet je, de hele sociale tak daarin. Maar die heeft dus gedeeltelijk met kennis te maken, ehm. Maar iets anders dat daar misschien niet in eerste instantie bij lijkt te vallen, maar dat is wel waarom het volgens mij zo, waarom het mij iets doet, is omdat ik heb gezien dat mensen ook heel vaak niet die keuze kunnen maken." [...]

I: "Maar ehm, het is wel, ik heb me wel van tevoren gerealiseerd dat ik het een mooi iets vond om me op te laten voor staan. [...] [M]aar dat ik het ook mooi vind om te kunnen vertellen dat ik met Fairtrade materiaal werk. Ik zou het ook niet op mijn website kunnen zetten, ik zou het ook niet kunnen communiceren.

R: Ja, ja.

I: Maar dat doe ik niet.

R: Nee.

I: Ik vind het ook mooi om dat verhaal te vertellen.

R: En, dus dat heeft eigenlijk voordat je besloot daartoe over te gaan ook wel meegespeeld, in die beslissing?

I: Nou ja, ja. Ehm, als imago. Niet als ehm, commercieel. Ja, hoe zeg. Ik vind dit heel moeilijk om dit uit te leggen, want ik heb hier heel veel over nagedacht, want ik vind het heel erg belangrijk, namelijk."

Interview 9

R: "Ja. En ehm, waarom hebben jullie uiteindelijk voor die registratie gekozen? Wat was toen, wat was precies de reden? Een hele brede vraag, maar ehm.

I: Ja, lastig. Ehm. Ik denk omdat wij, in eerste, nou in eerste instantie wel een soort ehm, groen label na willen streven, zeg maar. Van nou ja, dat vinden we wel mooi, want weet je wel. Dat wringt af en toe wel, als je dingen maakt. Want ik ben zelf wel heel erg bewust probeer ik te leven, hè met mijn dingen in mijn dagelijks leven.

R: Ja.

I: En dan met je werk, ja dat. Ik weet waar het vandaan komt, en ik weet hoe het gemaakt wordt, en ik weet ook dat het heel vaak niet in orde is. En dat wringt gewoon.

R: Ja.

I: Ik denk dat dat een grote reden is om dan op die manier. Ja, het zal wel voor je eigen gemoedstoestand ook ehm, te maken hebben. Om dat dan ietwat een andere richting in te sturen." [...]

R: "Ja. Ehm, en waren er naast dat u gewoon zelf dacht van ik vind het persoonlijk belangrijk, en ik wil dat als mijn klanten dat willen, dat ik het dan kan aanbieden. Ehm, waren er verder nog andere redenen die meespeelden?"

I: Ehm, ja er kan ook wel een reden inzitten denk ik dat je ehm, dat er een soort trend gaande is, van mensen willen ook bewust meegaan, ja en hoe verwerk ik dat in mijn vak, die trend? Dus door een duidelijk lidmaatschap of zo aan te, ja hoe moet ik dat zeggen, aan te gaan, kan je daarmee echt een. Kijk, ik kan ook wel tegen mijn klanten zeggen, van ja, wat wij halen is wel oké en dit en dat, maar. En als ik dan op die manier nog even een extra dingetje kan geven.

R: Ja, ja.

I: Dus dat speelt ook wel mee als je dan ehm. Of op je website kan zeggen, wij werken daarmee.

R: Ja, ja.

I: Weet je wel, dat wil ik eigenlijk wel doen, maar moet ik ook nog even op de website veranderen, maar.

R: Ja, ja. Dus dat is dan een stukje imago, eigenlijk?

I: Ja, ja. Ik denk het wel. Ik denk dat dat ook best wel goed is. Kijk, als mensen daar ook speciaal op afkomen, vind ik dat, dan werkt het aan twee kanten. Dan heb ik weer een klant erbij en dan kan ik mij op die manier een beetje proberen te profileren, of zo."

Interview 10

I1: "Dus maar de filosofie is dan dus een beetje, 1) je helpt die mensen en 2), als wij het doen, en meerderen gaan het doen. [...]. Ik denk ja, hoe meer het er zijn, hoe handiger het ook voor de groothandel zal zijn om meerdere typen materialen te kunnen leveren, dus meerdere vormen." [...]

I1: "Nee maar dat was echt, voor mij echt dat ik dacht: nu is de drempel zo laag, nu kunnen we niet meer zeggen dat is te lastig, of te duur of. Want ik bedoel, de financiën zijn ook altijd een probleem, natuurlijk. We zijn zo'n klein bedrijfje, dus ehm. Toen zei ik van nou, nu is de drempel zo laag. Nou moet je dat eens gaan bekijken." [...]

R: "We hebben het nu al gehad over die arbeidsomstandigheden en het milieu, maar u zei net ook van: ik zie die ontwikkeling in de samenleving, waarbij mensen meer verduurzamen, dus heeft dat dan ook meegespeeld, dat u dacht van, ik zie iets gebeuren op de markt, en we moeten daarop inspelen?"

I2: Ja zeker, precies. Dat heb ik namelijk altijd al tegen haar gezegd, van het is niet alleen die omstandigheden, ik riep daarvoor al: het is ook de bewustwording die verandert. En dat vond zij

op zich hele goede argumenten, maar het was nog niet die druppel zeg maar hè, die spreekwoordelijke druppel die ervoor zorgde. Daarna had zij ook van oh ja, nou ja, nu. Dus dat was die bewustwording die tijdens die bijeenkomst, waardoor zij stappen maakte.

R: Ja, ja.

I2: En zei van oké, gaan we doen. Mijn argument die ik zelf had, was ik wil zelf ook bewuster leven, ik wil duurzamer zijn, ik wil dingen doorgeven, niet alleen in het vak, maar ook de juiste dingen. Dat was in het begin niet genoeg, en daarna dus wel.

R: Ja. Ehm, dus als ik ze dan een beetje uit elkaar moet halen, dan zijn er de arbeidsomstandigheden, de effecten op de hele gemeenschap, het hele milieu, die het gebruik van kwik vooral heeft. En ehm, die ontwikkeling in de samenleving die je misschien ook ziet en waarvan je denkt, daar moeten we iets mee. Ehm.

I2: En daar doe je zelf ook wat mee.

R: Ja.”

Interview 11

R: “Dus als ik het goed begrijp, heb je je wel gratis geregistreerd om die optie aan de klant te kunnen bieden.

I1: Ja precies, ja. Want als de consument het wil, dan, ja dan wil ik het ook wel kunnen leveren. Kunnen ehm, ja.” [...]

R: “En en, wat was dan belangrijker? De waarom zou je het niet doen, ik kan me toch gratis inschrijven en dan kan ik in ieder geval die optie bieden, versus misschien is het een beetje goed.

I1: Nou, misschien is het een beetje goed dat is een veel groter argument, belangrijker argument dan dat ik dacht van, oh ik kan mezelf ergens voor inschrijven, oh, dan schrijf ik me er maar voor in, haha. Ja nee, zo zit het niet, zo zitten wij niet in elkaar, nee. Nee, dat is het niet. Het is niet dat we er onnadenkend van oh, hè, ik schrijf me overal voor in waar je je voor in kan schrijven of zo.

R: Ja.

I1: Dat niet, hoor.”

Interview 12

R: “En ehm, hoe ik het begrijp, corrigeer me vooral als ik iets verkeerd begrijp, hè, maar dat je daar kwam en dat je echt hebt gezien met eigen ogen wat het effect is van het Fairtrade systeem, en hoe het, wat voor invloed het heeft op een bepaalde gemeenschap. En dat het in jouw ogen heel positief was. Ehm, dus dan is eigenlijk. Als je dan de motieven zou moeten benoemen die dan hebben meegespeeld in die beslissing. Wat zouden die dan precies zijn?

I: Ehm, ja gewoon wel een stuk verbondenheid ook gewoon met de mensen daar denk ik. Gewoon, ik bedoel je leeft niet alleen voor jezelf.

R: Ja.

I: En je leeft vooral niet om het elkaar moeilijker te maken.

R: Ja.

I: En goud is dan natuurlijk toch wel een luxe product. Ik bedoel dat moet dan eigenlijk naar mijn gevoel moet het dan ook gewoon eerlijk kunnen. En het moet dan niet over de rug van iemand anders gaan, omdat ik een mooie ring wil dragen.

R: Ja.

I: Ik bedoel dat is dan meer wat mij dan raakt daarin, zeg maar. Dus dat is dan uiteindelijk je motief, denk ik.

R: Ja. Dus dan gaat het vooral om ehm, dat je de gemeenschap opbouwt, en dat mensen eerlijke handels- of arbeidsvoorwaarden krijgen. En ehm, speelde bijvoorbeeld, ik kan me voorstellen dat het milieu ook een rol heeft gespeeld?

I: Ja, natuurlijk. Ja. Ik bedoel, kwik en cyanide zijn nou niet echt bepaald, ehm.

R: Milieuvriendelijke...

I: Nee, en ook het onteigenen van land wat je vaak hoort. Dat er ergens goud in de grond zit, het dorp wordt ongeveer platgeveegd, want ze moeten hier die mijn maken. En die mensen krijgen de grond misschien vervuild nog ooit nog een keer terug, en misschien ook helemaal niet. Dat ik denk van, ja.

R: Ja, ja. Dus dan is het misschien ook een ehm, dat je, even kijken hoe ik dat moet formuleren. Maar dat je iemand ehm, in zijn recht laat?

I: Ja.

R: In zijn waarde laat ook. Dat het een soort van ook heel erg te maken heeft met respect.

I: Ja." [...]

I: "Het is meer omdat ik het voor mezelf gewoon een verantwoorde keuze vind en gewoon een mooi initiatief. En dat je ook zegt van: als mensen erom vragen, dan wil ik dat kunnen bieden. Omdat je er ook achter staat, achter zo'n groen product, zeg maar.

R: Oké, ik probeer even al die verschillende motieven op een rijtje te krijgen. Dus we hadden net al de gemeenschap, de arbeidsomstandigheden, het milieu, en het recht doen aan ja, iemands positie. Ja, want dat land is al weet ik veel.

I: Ja, en misschien zelfs ook wel recht doen aan een mineraal.

R: Ja.

I: Iets wat zoveel waarde heeft als goud, en wat ook altijd waarde houdt. Ik bedoel, waarom moet dat op een vuile manier uit de grond getrokken worden?

R: Ja, ja. Dus dan hebben we nu, we hebben de positieve invloed op de gemeenschap, dat je recht doet aan de positie van iemand, maar ook aan het mineraal zelf. De arbeidsomstandigheden, en

de voorwaarden voor de invloed die het heeft op het milieu, en ook nog dat als een klant er naar vraagt, dat het dan ook, dat je het dan ook kan leveren. Hebben we dan alle?

I: Ja, ik denk het haast wel. Ja.”

Interview 13

R: “Ja. En waarom hebben jullie je toch online geregistreerd uiteindelijk? Wat was, wat waren de redenen om dat te doen?

I1: Nou, omdat ik denk dat dat sowieso wel goed is om daar gewoon uit ehm. En ik denk dat er, als mensen steeds meer weten, dat er dan ook misschien ook meer vraag naar komt, en dat dat ook goed is.

R: Ja. Ehm.

I1: En dan kunnen we het sowieso aanbieden daarnaast en dan is het ook wat meer, het heeft nu wat meer vorm gekregen dan op het begin.

R: Ja. Dus ehm, dan is het eigenlijk dat je de optie wilt geven aan de klant?

I1: Ja.

R: En dat je tegelijkertijd misschien gewoon vanuit jezelf wil dat het wat bekender wordt?

I1: Ja.

R: En dat dat dan een beetje de twee.

I1: Ja, zoiets. Ja, vanuit mezelf dat het bekender wordt. Ik vind het wel een goede ontwikkeling, sowieso.

R: Ja, ja.” [...]

R: “En ehm, als je zegt van je hoopt dat de situatie verbetert, wat hoop je dan dat beter wordt? Want is jullie dan?

I1: Nou ja, bij de mensen die daar.

I2: De mensen die het delven.

I1: Dat degenen die echt de mijnen ingaan, dat die wat meer betaald krijgen.

R: Ja.

I1: En dat dat niet blijft hangen bij degene die erin verder handelen.

R: Ja, ja. Dus dan gaat het eigenlijk vooral om arbeidsomstandigheden?

I1: Arbeidsomstandigheden, ja.

I2: En ook belasting van de natuur, hoe die wordt, hoe het wordt verwerkt, inderdaad.

R: Ja, ja.

I2: Het hele proces eigenlijk, dat dat verbetert.

I1: Minder kwik, en dat soort dingen.

I2: Ja.” [...]

R: "Ja. Dus dan is het misschien meer een motief dat het, ongeacht de naam, iets transparanter werd?"

I1: Ja, transparantie is belangrijk, ja. Of in ieder geval de informatiestroom was duidelijker, ik weet niet of het. Ja, voor ons transparanter, maar ik weet niet of dat in het echt zo is, natuurlijk.

R: Transparant voor edelsmeden.

I1: Ja.

R: Ja, en dan is het misschien gewoon dat het duidelijk is dat je je online moet registreren, dat je het bij Bijou Moderne kan inkopen. Maar dan bedoelen jullie niet dat het per se heel duidelijk is ehm, dat de keten per se heel transparant is naar jullie toe. Maar meer hoe je het moet aanpakken.

I1: Ja.

R: Oké. Ehm, zijn we dan nog iets vergeten, waar we het niet over hebben gehad, maar wat een rol zou hebben gespeeld?

I1: Ja, die licentie die je niet meer hoeft ehm, maar dat was al, ja.

R: Ja, dus dat het gratis kon.

I1: Ja, dat het gratis is. Dat registreren hè, is gratis."

Interview 14

R: "En wat stoort je dan precies aan hoe het er in die mijnen aan toe gaat?"

I: Nou, het is een heel. Het is humaan niet goed, milieutechnisch is het niet goed. Het is een heerschappij van grote bedrijven die alles voor het zeggen hebben, kunnen doen en laten wat ze willen.

R: Hm hm.

I: Het is gewoon eigenlijk het hele systeem.

R: Ja. En ehm, oké dus dan zijn er eigenlijk drie dingen die dan niet, die dan eigenlijk vooral maken dat het systeem niet klopt. Dat is dat, het is inhumane werk.

I: Hm hm.

R: Het is slecht voor het milieu.

I: Ja.

R: En je zegt net van: die mijnwerkers zitten eigenlijk in een soort van wurggreep van hele grote bedrijven.

I: Ja."

Interview 15

R: "Ehm, en ehm, als je nou zeg maar bij jezelf zou moeten nagaan, wat waren de redenen dat je, het uiteindelijk zo'n goed initiatief vond of vindt?"

I: Ja, nou dat komt denk ik, omdat ik de laatste jaren gewoon bewuster ben geworden van je eigen afval wat je maakt, bijvoorbeeld. En dat je, ja dan ook van de kledingindustrie. En dat je op heel veel gebieden dan doorkrijgt van, nou ja, het is gewoon belachelijk dat we de wereld kapotmaken. Dat je je eigen nest aan het vervuilen bent, en ehm. Dus ja, zo eigenlijk. Gewoon door algemeen bewustzijn." [...]

I: "Dan, ja. Ik heb dat op heel veel vlakken, van dat je dan in de supermarkt ook ziet van oké, je hebt biologisch, je hebt fair trade, ehm, je hebt al die labels, en nou ja. En dan kies ik dan terplekke wel van wat me dan het beste lijkt.

R: Ja.

I: Maar als het maar iets beter is, dan. Ja.

R: Ja. Dus het paste gewoon heel goed in...

I: Ja, gewoon in je levens, ja. Gewoon in je.

R: Ja, ja.

I: Levensstijl, of zo.

R: Ja. En was er ook nog ehm, een soort van zakelijke overweging, van. Misschien omdat je zei van ik ben natuurlijk één van de eersten, en.

I: Ja, ik dacht toen ook van nou: dat is ook heel goed, want niemand, dat is er ook nog niet."

Interview 16

I1: "Nou ja, daar zie je gewoon natuurlijk heel letterlijk wat het met de mijners, wat het voor consequenties voor de mijners heeft als ze dus Fairtrade mijnen ehm.

I2: En voor het milieu, en.

R: Ja. Ehm, dus dat waren dan eigenlijk twee motieven? Dat je ehm, dat het leven van de mijnwerkers verbetert, dus door arbeidsomstandigheden. En ehm, dat het beter is voor het milieu daar." [...]

R: "Ja. En ehm, ehm dat gewoon het überhaupt het gaan gebruiken van Fairtrade goud. Hebben daar nog andere motieven een rol gespeeld, behalve die ehm, ja betere positie voor de mijnwerkers en het milieu?

I2: Nou, misschien ook wel dat je je wilt onderscheiden hè, dat je je wilt onderscheiden als ehm, in zo'n regio."

Interview 17

R: "Wat is het dan precies dat er niet goed is in de reguliere goudwinning? En wat blijkbaar, waar je blijkbaar dus mee helpt met Fairtrade goud, waardoor jij dacht: ik moet dit gaan doen.

I: Hm hm. Dat is sowieso met al het Fairtrade, dat er een beter inkomen. En dat.

R: Hm hm.

I: Vooral, het milieu en.

R: Ja.

I: Kijk, alles wat wij maar overal van halen. En ook heel veel zoi van hieruit ergens dumpen.

R: Ja.

I: Ehm, daar ben ik het sowieso niet mee eens." [...]

R: "Ja. Dus dan is het eigenlijk vooral ehm, je vindt twee dingen eigenlijk heel belangrijk. En dat is een beter inkomen. En betere milieuomstandigheden.

I: Ja. En dat wij gewoon ook een eerlijke prijs voor dingen moeten betalen.

R: Ja, dus een beter inkomen en dat staat dan gelijk aan een eerlijke prijs.

I: Ja.

R: Dus een eerlijk deel van de winst.

I: Ja."

Interview 18

R: "Ehm, ehm. Wat heeft je uiteindelijk doen besluiten om te registreren?

I: Ehm, ja het is een combinatie van dingen. Ehm, het feit dat je je gewoon kunt registreren zonder kosten. Ehm, geen verplichte afname van minstens zoveel gram goud. Want daarvoor had je natuurlijk dat als je met Fairtrade goud en zo'n stempel wilde, dan moest je, ik weet niet, 500 gram goud of zo? In ieder geval, ontzettend veel verbruiken. Ik denk ja, zoveel zet ik niet om in goud, en ik doe nog zoveel andere dingen." [...]

R: "En ehm, waren er dan nog andere redenen waardoor je dacht, ik wil Fairtrade goud gaan verkopen?

I: Ja, het belangrijkste is natuurlijk dat. Je weet, ik heb wel foto's gezien van hoe dat eruit ziet waar goud gewonnen wordt.

R: Hm hm.

I: En daar wil je liever niet over nadenken.

R: Ja.

I: Maar ehm, ja het voelt gewoon beter om te weten van nou, dit is ehm. Dit is op een goede manier uit de grond gehaald, zowel voor de mensen daar ook als voor de natuur." [...]

R: "En ehm, waren er verder nog andere motieven die een rol hebben gespeeld?

I: Ja, het is ook iets om jezelf positief te profileren. Dat je ook laat zien dat je erover nadenkt, waar het materiaal vandaan komt. Ehm, ja dat is het wel.

R: Dus dat was eigenlijk een beetje misschien, zou je dat imago kunnen noemen?

I: Ja." [...]

I: "Ja, ja. Ja, en ze hebben mij ook nooit goed duidelijk kunnen maken waar dan dat goud vandaan kwam. Terwijl je nu precies weet van, nou het komt gewoon uit die mijn, daar van dat, ehm.

R: Ja, ja. Dus het werd ook veel transparanter?

I: Ja.

R: En ehm, waren er verder nog andere motieven die een rol hebben gespeeld?

I: Ja, het is ook iets om jezelf positief te profileren. Dat je ook laat zien dat je erover nadenkt, waar het materiaal vandaan komt. Ehm, ja dat is het wel.

R: Dus dat was eigenlijk een beetje misschien, zou je dat imago kunnen noemen?

I: Ja." [...]

R: "Dus dat het ehm, Max Havelaar was die ehm, begon met het Fairtrade goud, dat heeft verder geen rol gespeeld? Als het iets anders was, en het was net zo transparant, dan ehm, had het niet uitgemaakt?

I: Ja, als het wel een grote en een bekende organisatie was.

R: Oké.

I: Kijk, Max Havelaar heeft natuurlijk wel al een naam.

R: Ja.

I: Dus in die zin maakt het wel uit. Als het een onbekende naam zou zijn.

R: Oké, dus als het maar iets bekends was, en welke dan precies, dat is dan niet zo belangrijk?

I: Ja, ja." [...]

R: "Ehm, oké. Dus dan hebben we nu, ik heb ze allemaal even verzameld. De motieven: dat het nu gratis is om je te registreren, dat je geen minimumafname hebt, dat de arbeidsomstandigheden en de milieuomstandigheden verbeteren op de plek waar het goud wordt gewonnen, dat het transparant is naar de goudsmid toe waar het goud vandaan komt en hoe het ook werkt denk ik dat je daarmee bedoelde met inkoop en waar, en. Ehm, een stukje imago, en ehm, dat een bekende organisatie ehm, het aanbiedt. Hebben we dan alles gecovered?

I: Ja, dus dat is dan Max Havelaar, maar dat is eigenlijk ook dat ik het via Bijou Moderne kan kopen.

R: Ja.

I: Ehm, ja waar ik gewoon ook al twintig jaar zaken mee doe. Dus dat ik dan daardoor ook het gevoel heb van nou, het zit wel goed.

R: Het was ook een beetje dat het gewoon vertrouwd terrein was, en dat je dacht van, dat je zelf al een soort van vertrouwensband had met de organisaties die het gingen doen?

I: Ja.

R: Of misschien wel alleen met Bijou Moderne, en niet zozeer met Max Havelaar?

I: Ehm, nou door Max Havelaar wordt het wel groter. Bijou Moderne is natuurlijk heel erg, puur gericht op edelsmeden en ehm.

R: Niet met de consument of zo.

I: Nee.

R: Dus dat maakt het allebei wel?

I: Ja, ja. Het heeft allebei meegespeeld.

R: Ja.”

Interview 19

R: “Ja, ja. En ehm, je werd dus een beetje met je neus op de feiten gedrukt. Wat was er dan precies ehm, wat ze daar lieten zien op die bijeenkomst wat jij zo schrijnend vond.

I1: Het was meer denk ik het besef.

R: Ja.

I1: Want waarom zou er Fairtrade goud zijn, als het ehm, niet noodzakelijk is? Als het, want Fairtrade goud, dat het er is, betekent dat het andere niet fair is. En als je daar dus over na gaat denken.

R: Hm hm.

I1: Ehm. Ik weet ook niet of het echt, dat het beelden waren die we daar. Weet jij dat nog?

I2: Ja, we kregen een filmpje. En ik weet nog wel, daar zaten ze met kwik of iets dergelijks zaten ze dan in van die afgesloten hutjes.

I1: Oh ja, dat was ook, ja. Dat het ontzettend ongezond was, ja.

R: Ja.

I2: Maar het was inderdaad ook dat je er wel filmpjes bij zag, dat het wel echter wordt of zo.

I1: Nou ja, en ook het feit dat er ehm, dat je gewoon weet dat er ehm. Omdat het natuurlijk om waarde gaat, dat er gewoon veel gejat, en corruptie en gedoe, en ehm. Dat het gewoon gevaarlijk is voor de mensen die het willen. En dat ze het ehm, de. Het liefste zo snel mogelijk wat ze dan ehm, verzamelen of vinden, zo snel mogelijk weer in willen leveren, om het eigenlijk maar kwijt te zijn. Om er weer beloning voor te krijgen. Omdat ze op het moment dat ze het in hun bezit houden, ehm dat ze dan gevaar lopen.

R: Ja.

I1: Terwijl ze het beter volgens mij in grotere hoeveelheden kunnen inleveren en met elkaar, omdat de beloning dan groter is. Maar goed, wat het. Je vraag was natuurlijk wat mij zo dat deed beseffen. Nou, eigenlijk het feit dat het dus nodig is. Om daarin een ehm, dat een hele organisatie zich daarmee bezig houdt, om die lijn van goud ehm, dat het gewonnen wordt tot hier, om dat helemaal. Hoe zeg je dat ehm, te reguleren, of te controleren.

R: Dus dan dat er iets mis is met de reguliere goudwinning.

I1: Ja, ja. Wat wij hier dus gewoon als zijnde luxe. We zien de waarde er wel van, maar we zien niet wat het allemaal ehm, wat er allemaal aan vooraf is gegaan bij mensen, en ehm. Ja. Dat vond ik best wel erg. Maar ook het feit dat ik daar dus nooit over na had gedacht.

R: Ja.

I1: Dat vond ik ook eigenlijk van mezelf best wel erg.

R: Ja, ja.

I1: Dat je denkt van ja nee, maar natuurlijk. Ik bedoel, ik bestel het vandaag, ik heb het morgen in huis.

R: Ja, ja.

I1: Je betaalt ervoor, tuurlijk. Maar je weet er verder niks van.

R: Nee.

I1: Wat er met dat stukje ehm. Dus het is veel meer dan een stukje materiaal.

R: Ja. Dus het was eigenlijk een soort van tweeledig besef bij jezelf, dat je dacht van goh, waarom heb ik hier eigenlijk nooit over nagedacht?

I1: Hm hm.

R: En dat je er toen, dat je toen misschien pas besepte dat er dus heel veel mis is blijkbaar, met de goudwinning.

I1: Hm hm, ja. Want anders zou het er niet zijn. Anders zou jij hier ook niet zitten, haha.

R: Ja. Ehm, en wat was er dan volgens jou allemaal mis? Weet je nog waarvan je dacht van wow, dat dat zo gaat, dat is wel echt heel erg. Dat het zo gevaarlijk is?

I1: Nou, dat het dus blijkbaar om mensenlevens ook gaat.

R: Ja. Dus dat het heel ongezond is dan?

I1: Ja, en ook gevaarlijk omdat ze elkaar beroven, volgens mij. Wat ik ervan ehm.

R: Ja. Dus dat zijn dan de twee dingen die volgens jou het meeste mis zijn. Dat het zo gevaarlijk is.

I1: En ook gewoon het feit dat ze daar ook gewoon heel slecht voor beloond worden. Voor de gevaren die ze.

R: Ja, het risico dat ze nemen.

I1: Het risico dat ze lopen, ja.

R: Oké. En ehm, hebben er nog andere, andere motieven een rol gespeeld om Fairtrade goud te gaan inkopen?

I1: Ehm, nou ja er is vraag naar, ook. Dus zakelijk gezien denk ik ook dat het verstandig is om me er mee bezig te houden. Ja, het is een groeiende vraag. En ik ben niet het meest commercieel van ehm. Ik ben geen rasondernemer. Het is dat ik er zo in ben gerold omdat ik dingen wil maken. En het is niet zo was ik geen goudsmid geworden, had ik iets anders ondernomen. Maar ik ben wel degelijk bezig met, wat speelt er.

R: Ja, ja.

I1: Dus dat speelt natuurlijk ook mee, ja.

R: Ja. En ehm, dacht je dan vooral van, dit zou goed kunnen zijn voor mijn imago? Of dacht je dan vooral dat het lucratief zou kunnen zijn?

I1: Poeh.

R: Of misschien allebei, een combinatie.

I1: Ja, dat is denk ik een beetje een combinatie van beiden. Want ik vind ook wel ehm, het is ook wel iets om ehm, wat ik vind dat wel mooi staat, dat mensen weten dat ik me daarmee bezig houd. Dus dat is inderdaad positief voor mijn imago.

R: Ja.

I1: Ehm, en ik wil dat ook gewoon graag kunnen bieden. Dat als die vraag er is, dat ik daar ook goed een antwoord op kan geven. Van ja wat is het dan en ehm, dat ik weet waar het over gaat.

R: Ja, ja.”

Appendix V | The ratings that were given to the motives by goldsmiths, ordered by interview.

Interview 1

I: "Milieu is voor mij een 7. Ze mijnen nu met kwik. Dat kunnen ze nog niet helemaal eruit halen. Ik denk dat dat naar verloop van tijd wel gaat gebeuren. Ik geef dat op het moment een 7. Ik vind het sociale aspect heeft voor mij een 9. Dat vond ik echt heel belangrijk. Dat die mensen daar ook gewoon een goed leven kunnen leiden. Wat was de laatste?"

R: Dat het een Max Havelaar-keurmerk was, en die bekendheid van de naam.

I: een 6.

R: Ja. Dat is dus eerder mooi meegenomen?

I: Ja."

Interview 2

R: "En als je nou, want eigenlijk zijn er dus nu twee motieven, de arbeidsomstandigheden en het milieu. Als je allebei die motieven nou een cijfer tussen de 1 en de 10 zou moeten geven, waarbij 1 nou niet echt belangrijk in je beslissing is en 10 heel erg belangrijk in je beslissing. Hoe zou je die levensomstandigheden dan becijferen, als het ware?"

I: Je bedoelt in mijn oordeel, hè, van ten opzichte van elkaar?

R: Ja, van hoe belangrijk het voor jou was in jouw beslissing.

I: Nee, ik denk dat je het allebei gelijk moet waarderen, want je kan het één niet los zien van het ander. Mensen kunnen naar school gaan, maar als ze daarnaast het kwik in de rivier gooien en vissen eten waar ze dood aan gaan, of hun kinderen allemaal die kwikziektes krijgen, dan heb je nog niemand geholpen. Dus ja, dat, dan kan je zeggen arbeidsomstandigheden gaan voor alles, maar die mensen moeten zich ook bewust worden van hun omgeving, en wat ze daarmee doen en wat ze allemaal wegmikken in de natuur.

R: Dus het staat voor jou niet los van elkaar, het is één geheel?

I: Nee.

R: En wat voor cijfer zou je het geheel dan geven? Hoe zwaar het woog?

I: Op een schaal van 10 een 8, denk ik?"

Interview 3

I: "Nee, ik kan natuurlijk heel grootmoedig gaan zeggen dat ik die twee een 10 geef, maar daarvoor loop ik niet hard genoeg. Want, hè, ik heb blijkbaar andere dingen aan mijn hoofd waardoor ik niet 100% van mijn energie daarop ga zetten. Dus dan is het niet eerlijk om dat te zeggen. Maar ik wil dat wel een 7 of een 8 geven.

R: Ja.

I: En dan geef ik, ja dan geef ik, ben ik toch geneigd om het feit dat ik mijn verhaal daarmee ook goed neer kan zetten, dat geef ik dan een wat lager cijfer. Want het begint met het andere. Maar dat geef ik dan toch ook een 5 of een 6. Of een 7.

R: Ja.

I: Hè, dus misschien ben ik dan een beetje wijdlompig in mijn antwoord, maar zo is het ongeveer.

R: Ja, dus het is tussen de 7 en 8 voor het milieu en de eerlijke prijs. En tussen de 6 en de 7 voor de uitstraling.

I: Ja, voor de uitstraling.”

Interview 4

R: “Oké. Oh, ik moet nog één vraag stellen, we dwaalden een beetje af. Als je dat motief van die arbeidsvoorwaarden zou moeten ranken op een schaal van 1 tot 10. Waarbij 1 niet echt belangrijk is in je beslissing, en 10 heel erg belangrijk, wat voor cijfer zou je dat dan geven, dat motief, als doorslaggevend in je beslissing.

I: “Om het te hebben ooit, hè, om in november die knoop door te hakken. Ja, dat is een moeilijke vraag, want toen dacht ik 100% eigenlijk van nou, dit ga ik doen. Maar, het ging ook zo makkelijk dat het bijna geen moeite was om nu te zeggen: nou, een 10. Omdat dat dan weer te enthousiast klinkt.

R: Ja. Dus het was redelijk belangrijk. En het was redelijk makkelijk?

I: Ja.

R: En 1 plus 1 was 2.

I: Ja. Nou oké, ik denk dat inderdaad, de makkelijkheid was een 10. En mijn belangrijkheid waarop ik, nou zeg een 7, en dat samen wordt een 8,5.”

Interview 5

I: “Tsja, dat is een goede. Nou, ik vind bewustwording sowieso gewoon belangrijk. Dus, ja ik weet niet of ik daar dan bij wijze van spreken heel veel mee kan bereiken. Maar dat zou dan misschien een 8 of zo zijn.” [...]

R: “Ja. En dat je het vanuit jezelf zeg maar belangrijk vindt, wat voor cijfer zou je dat dan geven?

I: Ehm, ja ik weet eigenlijk niet of dat ook een. Kijk, ik werk natuurlijk ook nog met gewoon goud. Of ja, gewoon goud, ik zeg het maar zo. Dus ik kan ook niet zeggen dat ik helemaal iemand ben die zegt van: nee, ik ga alleen maar voor dat. Want daar komt dan toch, dat is dan wel een beetje commercieel belang. Op het moment dat je gewoon, dat het iets duurder wordt, haken er gewoon klanten af. Dus dat is wel, daarom is mijn keuze wel dat ik niet per se altijd met Fairtrade, dus ja. Of dat dat nou, het is niet heel fair om daar een 8 voor te geven, denk ik.

R: Nee.

I: Want dan wordt het een beetje fifty/fifty, ja precies. Dus dan zit ik eerder aan een 5 en misschien dat je hem net doorslaat naar de 6. Maar, want. Ja, ik weet niet. Ja misschien moet je het juist wel doen, maar dat wil ik nog niet. En ook omdat ik dus veel met zilver werk en in zilver kan het dus nog niet. Dus het is een beetje krom om daar.”

Interview 6

R: “En als je ehm, dat motief nou zou moeten ranken op een schaal van 1 tot 10, waarbij 1 niet echt belangrijk in je beslissing is, en 10 héél erg belangrijk in je beslissing?

I: Het is de reden, dus 10.”

Interview 7

R: “En als u die motieven los van elkaar nou allemaal een cijfer zou moeten geven tussen de 1 en de 10. Waarbij 1 niet echt belangrijk was in uw beslissing, en 10 heel erg belangrijk in uw beslissing.

I: Nou, dan zijn het bijna allemaal tien. Want ik vind dat allemaal belangrijk. Daar kan ik niet zo goed een. Nee, want ik vind het allemaal belangrijk. Daarom zei ik ook, daarom vind ik die weg van de geleidelijkheid ook belangrijk. Ik vind het veel belangrijker dat het op meerdere fronten strookt, dan dat je in één keer ze ook allerlei eisen oplegt, waar ze niet aan kunnen voldoen.”

Interview 8

I: “Ehm, ja ik denk dat ik in die zin zeg maar de sociale en de gezondheidscomponent, dat ik dat een 8,5 zou geven en het milieu, maar dat is omdat ik het minder goed te bevatten vind, eerder een 7,5.

R: Ja.

I: Ehm. Ja, ik vind die dingen gewoon. Ik vind de economische component en de milieucomponent die vind ik gewoon minder goed te overzien.

R: Ja.” [...]

R: “Ja. En als je dat imago-dingetje nou een cijfer zou moeten geven, hoe zou je dat dan becijferen?

I: Je bedoelt in belangrijkheid, ook?

R: Ja.

I: Ehm, ehm. Ook een 8,5?”

Interview 9

R: "Ehm, dus om terug te gaan. Dan zijn er dus eigenlijk twee motieven: de persoonlijke en de toevoeging. Als u ehm, die twee motieven een cijfer zou moeten geven tussen de 1 en de 10, waarbij 1 niet belangrijk was in de beslissing, en 10 heel erg belangrijk. Zou u dan die twee motieven een cijfer kunnen geven van hoe belangrijk ze waren om te beslissen: ik ga registreren?"

I: Als ik voor mezelf spreek denk ik dat het persoonlijke een 6 geef, en van mijn partner weet ik het niet, die is altijd wat harder in dat soort dingen, die is wat zakelijker ook.

R: Hm hm.

I: En het ehm, ja die andere een 7?

R: Ja, ja."

Interview 10

R: "Ja. En als jullie nou die vier motieven alle vier een cijfer zouden moeten geven tussen de 1 en de 10 waarbij 1 niet belangrijk was in de beslissing en 10 heel erg belangrijk. Ehm, wat voor cijfer zouden jullie het dan geven? Dus we hebben nu slechte arbeidsomstandigheden, milieu, een stuk imago en een stuk ehm, pioniersfunctie.

I1: Nou, de slechte arbeidsomstandigheden staan bovenaan. Buiten kijf, ja. Ja, dat is echt ehm.

I2: Ja, zeker. Dat zou je dan bijna gewoon een 10 moeten geven.

I1: Dat zou je zeker helemaal bovenaan zetten. Als je dat ziet op die afbeeldingen, dan ben je er nog niet eens bij, en dan denk je al, dat moet anders voor die mensen.

I2: Ja. En dan je eigen imago, dat je laat zien dat je duurzaam bent en daar graag ook over nadenkt, nou wat zit dat?

I1: Een 7 of zo.

I2: Een 7 inderdaad. En dat je dan een pioniersfunctie hebt. Er is een gevolg van dat je het, denk ik in ons geval.

I1: Ja.

R: Ja.

I2: Dus wat dat betreft zit je dan, ja. Ja, als je het niet zozeer als hoofdreden ziet.

I1: Haha, zeventien gedeeld door twee.

I2: Nee, maar dan zou je dat op een 6 zetten of zo, ja. Dat is, dat is niet de.

I1: Het is een praktisch gevolg.

I2: Ja, ik zie dat meer als een gevolg. Het is niet de hoofdreden geweest waarom we dit doen.

I1: Nee, helemaal niet zelfs.

I2: Nee zeker, ja.

R: En het milieu?

I2: Oh ja.

I1: Ja, dat neem je gelijk mee dan, hè.

I2: Ja, ja.

I1: Dat is het meeste ook in het leven van die mensen, want die leven tussen die viezigheid. Ik bedoel, daar hebben wij op zich in Nederland niet zo heel veel last van, natuurlijk.

I2: Nee, dat is wel in de overweging waarop je hebt gezegd van we gaan ermee werken. Ik bedoel, die 10 voor de arbeidsomstandigheden, dan vind ik een 9 voor het milieu er ook bij horen.

I1: Ja, tuurlijk. Het is één geheel.

I2: Want uiteindelijk wordt het één geheel, ja.

R: Dus we hebben een 10 voor de arbeidsomstandigheden, een 9 voor het milieu en een 7 voor het imago.”

Interview 11

R: “Oké. Als je het een cijfer zou moeten geven, van dat misschien is het een beetje goed. Hoe belangrijk was dat dan in de beslissing?

I1: Ehm, en dan op een schaal van 1 tot 10, zei je dat?

R: Ja, dus dan is 1 niet belangrijk en 10 heel erg belangrijk, zeg maar.

I1: Laat ik zeggen 5.

R: Ja, ja. En het motief van ik wil het kunnen aanbieden? Dat er vraag is vanuit de klanten, hoe belangrijk was dat dan?

I1: Ehm, ja ik vind, dat vind ik wel belangrijker.

R: Belangrijker dan dat andere?

I1: Ik denk het eigenlijk wel, dat ik dat iets belangrijker vind.

R: Ja.

I1: Dat ik dat wel belangrijker vind. Kijk, ik heb wel zoiets van een, een individu die mag zelf zeg maar bepalen wat hij belangrijk vindt. Of die is blijkbaar tot een conclusie gekomen dat hij het belangrijk vindt dat hij Fairtrade goud wil.

R: Hm hm.

I1: En dan heb ik zoiets van, ja wie ben, en ik sta er ook achter. Dus het is niet zo dat als ik ergens op tegen ben, dan doe ik het niet.

R: Ja.

I1: Dus dan denk ik ja, dus dan wil ik het ook kunnen aanbieden. Dat vind ik wel belangrijk, ja.

R: En dus wat voor cijfer zou je dat dan geven?

I1: Ehm nou ja, een 8.

R: Oké.

I1: Of misschien een 10.”

Interview 12

R: “Oké. Nu ben ik benieuwd, als je al die verschillende motieven een cijfer zou moeten geven tussen de 1 en de 10, waarbij 1 niet belangrijk was in de beslissing, en 10 heel erg belangrijk in de beslissing, hoe zou je al die motieven dan becijferen? Dus dan probeer ik er een beetje achter te komen wat nou heel belangrijk was, of een beetje belangrijk is geweest.

I: Ja nou, ik denk dat de samenleving voor mij en het recht doen aan de mensen zelf voor mij op één staat, zeg maar. Dus dat dat ehm, ja dat dat 10 is zeg maar en dan heb je het milieu is dan iets van 8 of zo.

R: Ja.

I: En wat hadden we daartussen nog?

R: De arbeidsomstandigheden.

I: Ja, dat is eigenlijk een beetje hetzelfde als die gemeenschap en, ja.

R: Dat is ook een 10?

I: Ja, dat vind ik wel.

R: En dan ehm.

I: En gewoon het idee dat ze met kwik en cyanide. Iedereen weet hier in Nederland dat dat gewoon hartstikke giftig en gevaarlijk en ehm, slecht voor de gezondheid is. En als je dat dan ziet op een filmpje dat ze daar gewoon met hun neus, zonder bescherming bovenop zitten, al die damp aan het inademen zijn. Dan denk ik: hè?

R: Ja, ja. Dat is dan best wel schokkend?

I: Die voorlichting wordt gewoon niet gegeven. Ze weten het gewoon niet. Er wordt gewoon gebruik van ze gemaakt.

R: Ja.

I: Gewoon moderne slavernij, eigenlijk”. [...]

R: “Oké, ja. En die optie van, ik wil het als optie hebben. Ik wil dat als klanten ernaar vragen, dat ik het dan kan bieden. Hoe, wat voor cijfer zou dat krijgen?

I: Ja, die vind ik ook wel belangrijk gewoon. Ja, ja. Ja, ik denk ook iets van 7, 8. Zoiets.

R: Dan maken we daar een 7,5 van.

I: Ja.”

Interview 13

R: “Ja. Ja, want je betaalt wel aan Bijou Moderne ehm, iets. Oké. Ehm. Ik wil eigenlijk vragen of je al de motieven waar we het over hebben gehad, ik noem ze zometeen nog op hoor, want anders is het een beetje veel. Of je die allemaal een cijfer wilt geven tussen de 1 en de 10. Waarbij 1 niet

belangrijk was of doorslaggevend in de beslissing, en 10 heel belangrijk of doorslaggevend in de beslissing. Dus dat voor mij een beetje duidelijk wordt wat nou belangrijker was dan wat, ja. Dus dan hebben we, dat als de klant het wil, dat je de optie kunt bieden.

I1: Dat is een 7.

R: En ehm, dat ehm, het Fairtrade systeem de keten verbetert?

I1: Dat vind ik belangrijker, dat is en 9.

I2: Maar de keten is niet ons bedrijf bedoel je toch, of niet?

I1: Nee, de keten bij de basis, zeg maar de gewoon vanuit het goud, en waar het gemaakt wordt.

I2: Oké.

R: En ehm, dat het nu, dat de informatie nu duidelijker was en dat het wat transparanter was hoe je het kon kopen?

I1: Dat was heel belangrijk blijkbaar, anders had ik me nog niet geregistreerd. Dus daar zetten we ook maar een 9 bij.

R: En dat het registreren gratis is geworden.

I1: Ja, dat is niet speciaal belangrijk maar wel een reden waarom ik me geregistreerd heb. Dus dat is eigenlijk bijna dezelfde als die andere, maar maak er maar een 8 van, haha.”

Interview 14

R: “En dan die drie componenten hè, van het is inhumaan, het is slecht voor het milieu en die mijnwerkers zitten eigenlijk in een soort van wurggreep van de uitbater. Ehm ja, één voor één, hoe verhouden die motieven zich tot elkaar?”

I: Nou, ik denk ehm. Dat inhumane en het milieu, dat was voor mij het belangrijkste. Ik denk dat die ehm, ik denk dat ik het inhumane het hoogste in de schaal zet. Want op dit moment doe ik meer Fairtrade inkopen dan dat het echt ecologisch is. Omdat het ecologisch gewoon zoveel moeilijker nog is om te krijgen.

R: Ja.

I: Als ik zou kunnen kiezen, dan zou ik dat nog wel doen, maar ehm. Over het algemeen zijn de Fairtrade mijnen zo kleinschalig dat het milieutechnisch vaak ook weer minder heftig is. Dus ik zeg inhumaan was de hoogste prioriteit voor mij.

R: Oké.

I: En ehm, laten we zeggen als we die dan bijvoorbeeld een 10 geven, dan geef ik het milieu een, nou een 8 of een 9, zo iets. Want die volgt wel heel dicht daarop, hoor.

R: Een 8,5?

I: Laten we, ja, doe maar een 8,5. En die grote bedrijven, dat die zo ehm, die heerschappij hebben, dat heeft toen een minder grote rol gespeeld. Dat is eigenlijk iets wat ik in de loop van de jaren steeds meer ben gaan inzien.

R: Hm hm.

I: Wat dat ook voor een gevolgen heeft. Dus ik geef die wel nog een 7, hoor. Maar helemaal in het begin was dat voor mij misschien iets minder opvallen, maar nu zie ik steeds meer dat die bedrijven in een gebied komen, weet je. Daar de hele boel leegtrekken, alles vernielen en vervolgens weggaan met enorme gevolgen voor de mensen die achterblijven. Dus ehm, ehm. Die zijn wel heel belangrijk in ehm, in het hele systeem uiteindelijk.”

Interview 15

I: “Ja. Ja, ik denk dat ik toch dan zeg maar, dan net iets hoger zat van dat ik dacht: wow, dit is een gat in de markt.

R: Ja, ja.

I: Omdat ik, ja, ik ben gewoon een ondernemer en ik zie leuke ideeën. Dus dat zou dan een 7 zijn, of een 7, ik weet niet hoe je dat moet. Dat was net ietsje meer dat ik daar iets in zag dan dat ik iemand ben die honderd procent, die echt helemaal van wow, ik ben.

R: Ja.

I: Zeg maar, ja.

R: Ja.

I: Super gedreven, van ik wil dat alles goed is in de wereld, en dat heb ik wat minder.

R: Dus dan zou je het gat in de markt een 7 geven, en wat voor cijfer zou je dan levensstijl geven?

I: Ja, een 6 of zo.

R: Ja.”

Interview 16

R: “Als jullie die drie verschillende motieven nou een cijfer moeten geven, alle drie, tussen de 1 en de 10. Waarbij 1 helemaal niet belangrijk was in de beslissing, en 10 heel belangrijk of doorslaggevend in de beslissing. Hoe zouden jullie dan die drie ehm, die drie aspecten ranken zeg maar, een cijfer geven?

I2: Nou, dan beginnen we met?

R: Met arbeidsvoorwaarden.

I1: Nou, dat was wel heel belangrijk. Ik, ja. Ik denk arbeidsvoorwaarden, milieu en dan de unique selling point. Denk ik hoor, wat jij?

R: Ja. En als je ze dan een cijfer zou moeten geven?” [...]

I2: “Ehm, arbeids. Ik denk dat ik het arbeids, dat ik dat een 8 dan.

I1: Als dat het hoogste is, nee, dat is een 10.

I2: Een 10, een 10 is het hoogst. Ja, en milieu eigenlijk ook, hoor.

I1: Eigenlijk wel, zeker, ja zeker.

I2: En dat je je onderscheidt...

I1: Dat is dan leuk meegenomen. Dus dat zou dan een 8 zijn of zo.

R: Ja, ja."

Interview 17

I: "Ja, een 10 is dan weer heel veel, misschien allebei een 9.

R: Allebei een 9, oké."

Interview 18

R: "Ehm, wat ik altijd vraag is, of de goudsmid elk motief een cijfer kan geven tussen de 1 en de 10. Waarbij 1 niet belangrijk of doorslaggevend was in de beslissing en 10 heel erg belangrijk en doorslaggevend in de beslissing. Dus ik wil ze eigenlijk even allemaal nog een keer afgaan en dan vragen of je ze voor mij zou kunnen becijferen.

I: Hm hm.

R: Ehm, wat voor cijfer zou je geven dat het gratis is?" [...]

I: "Even kijken, dat het gratis was. Ehm, dat is eigenlijk niet waar, want betaal nu, bij elke bestelling betaal ik ervoor.

R: €7,50, ja.

I: Maar ehm, dat is iets van een 5 of zo.

R: Een 5, oké. En dat er geen verplichte afname geldt?

I: Nou, dat was wel heel belangrijk, want die afname voor certificering is zo groot, dat ehm, dat ik het niet zou kunnen doen. Dus dat is dan ehm, ja wel een 8 of zo.

R: En ehm, de verbetering van de arbeidsomstandigheden in de mijn?

I: Ja, dat is het belangrijkste. Ja, plus het milieu, ook.

R: Ja.

I: Ehm, dus dat ik denk ik 10, hè. Dat is de basis.

R: Een 10. En milieu ook een 10?

I: Ja.

R: En de transparantie naar jou toe, hoe het werkt en?

I: Ja, dat is ook heel belangrijk. Een 9.

R: En voor je eigen imago?

I: Nou, dat is nu nog niet zo belangrijk, maar dat wil ik wel meer uit gaan bouwen. Dat is nu een 7, denk ik.

R: En dat grote organisaties zich eraan hebben verbonden?

I: Nou, dat is ook wel belangrijk. Ook wel een 8."

Interview 19

R: "Oké, ik vraag altijd of ehm. Ik ga ze zometeen nog wel een keertje rustig af, hoor. Aan goudsmeden of ze voor mij elk motief los van elkaar een cijfer kunnen geven tussen de 1 en de 10. Waarbij 1 dan helemaal niet belangrijk of doorslaggevend was in de beslissing en 10 superbelangrijk en doorslaggevend. Zodat ik er een beetje achter kom hoe die verhoudingen liggen.

I: Ja, ja.

R: Dus ehm, wat voor cijfer zou je het besef bij jezelf geven, dat je een beetje schrok van oeh, waarom heb ik hier niet eerder over nagedacht?

I: Ehm, ja dat was wel 7.

R: Ja. En ehm, ik weet niet of het handig is om ehm, ja dat is wel handig. En dat het ongezond was voor de, dat je merkte dat het zo ongezond is voor de mijnwerkers die in de kleinschalige mijnbouw werken.

I: Ehm, ja dat lijkt mij ook wel ehm, rondom de. Ja, of is dat nou net iets belangrijker of iets minder belangrijk. Dat hoort er natuurlijk eigenlijk. Ik geloof dat ik het besef erger bij mezelf vond. Ja, hoe erg dat ook is. Maar, ja. Dus dan zou ik dat het ongezond is, zou ik dan op een 6. Zou ik dan net iets eronder, ehm.

R: Oké. En dat het zo gevaarlijk is?

I: Ja, dat ook, ja. Dat valt dan een beetje onder dezelfde ehm...

R: Noemer, ja. En de slechte beloning?

I: Ja, ook, ja.

R: En ehm, dat je dacht dat het misschien wel lucratief zou kunnen zijn om ermee te beginnen?

I: Ehm, ja dat zal dan. Dat ligt dan ook weer wat lager, een 5.

R: Ja. En dat je...

I: Wel belangrijk, maar niet super ehm, belangrijk.

R: Ja. En het stukje imago?

I: Ehm, ja dat zou dan ook op een 6 zitten, denk ik.

R: Oké, mooi."

Appendix VI | A list of key events that influenced a goldsmith's decision to register for the Fairtrade gold program, ordered by interview.

Interview 2

I: "Ja, nee. Ik ben zelf ook in Bolivia geweest, in die zilvermijn, de El Cerro Rico, in Potoci. Nou, dat is echt niet mals. En ik snap ook wel dat er, op de wereld, dat je plekken hebt waar mensen samenklonteren als er iets te halen valt." [...]

I: "Dat mannen van allerlei leeftijden, van kinderen tot ouderen, eigenlijk permanent cocabladeren kauwen. Omdat, dat verdrijft de honger en, ja. Op een gegeven moment, we hadden een tour door die mijn. En, ik ben in Duitsland in mijnen geweest. Nou, dat is netjes, dat is keurig. Dat is geplaveid, en een hekje erlangs. Maar hier is het: 'Oh, ehm, ja we moeten even door een smal gat.' En dan denk je: kut, kom ik er nog wel uit? En op een gegeven moment zegt die juf, van: 'Ja, niet tegen de wanden leunen, want daar zit asbest.' Wat? Nou, ik dacht echt: ik moet hier uit! Ik was nog nooit zo blij om de blauwe lucht weer te zien. Ik denk: wow! Nou, en dat is dus waar die mensen gewoon elke dag die berg in kruipen. En dan kan je zeggen van: 'Ja, dat moeten zij weten.' Maar, ja, je kunt ook 10% meer betalen en een groepje mensen de mogelijkheid geven om wat betere omstandigheden te creëren en een schooltje voor hun kinderen neer te zetten en zelf hun dingen ook te regelen, hè. Want dat is het ook, als ze zelf wat sterker staan, dan zijn die tussenhandelaren niet zo sterk. Dat is ook een punt, hè. Iedereen buit elkaar uit natuurlijk, dus."

Interview 6

I: "[...] En trouwens, ik had die film Blood Diamond ook eens gezien. En ik ben trouwens zelf natuurlijk ook in Afrika geweest, dus ik. Dat is in 2001, was dat. Dat ik daar was. En ik zat in Namibië en Angola is natuurlijk dichtbij.

R: Ja.

I: En dan hoor je van de mijnen, en dan hoor je van ehm, de belangen die de overheid heeft in buurlanden en hoe die oorlogen gefinancierd worden. Dus ik wist wel dat er gewoon een heleboel gedoe was. Maar hoe dat er echt uitzag, dat werd pas zichtbaar toen die film Blood Diamond kwam. Maar daarvoor had ik er natuurlijk wel van gehoord." [...]

I: "Ja, maar ik trek het breder, hè. Maar inderdaad, ja. Ja, je kan, omdat het niet zichtbaar is, leek het een soort geoorloofd. Er is natuurlijk allemaal, er zijn dingen veranderd, hè. Want, goed. Ehm, hartstikke goed dat daar zoveel veranderd is. Maar als ik dan denk aan die tijd dat ik ermee begon, was dat veel minder. En het klopt gewoon niet. Ik heb het in Afrika gezien, ik heb veel gereisd, ik weet hoe mensen uitgeknepen worden. En dat klopt gewoon niet. Dat is gewoon echt heel erg, alleen je vergeet het. Je wil het ook een beetje vergeten, weet je wel. Je koopt ook wel eens een hamburger in plaats van dat je dan de hele tijd vegetarisch bent, daar heeft het ook mee

te maken. Het is ook niet altijd makkelijk om het goede te doen. Hè, er slijpt wel eens wat tussendoor. Maar ja, ik denk dat het gewoon heel goed is om je daar weer meer bewust van te worden. En als mensen, als er wat minder hard onderhandeld wordt met de mensen die geen onderhandelingspositie hebben, dan kunnen zij een betere wereld, een beter bestaan hebben. En dat is alleen maar goed.”

Interview 8

I: “[...] Toen ik in [a country in Latin America] woonde, was ik in een regio waar ik die mijnen heb bekeken.” [...]

R: “Dus van, ik heb gezien hoe het is?”

I: Nee, maar daarvoor ook al. Voordat ik naar [a country in Latin America] ging was ik hier ook al.

R: Ja, ja.

I: Ik denk wel dat het helpt”. [...]

I: “[...] En op heel veel gebieden is iets gedaan. En er is ook wel naar die goudmijnen gekeken, maar dat was te gecompliceerd om echt aan te pakken. Dus er is vooral gezorgd dat de koeien niet meer bij de rivier kunnen zijn en allemaal dat soort dingen. Maar er is wel daardoor een bewustwording gecreëerd, waardoor ik onlangs gehoord heb dat die mijnen zich nu zelf een coöperatie hebben gevormd. En die mijnen dat heten daar rastra’s, dat kun je zien als boerderijen zeg maar. En om dat gebied heen zaten in totaal iets van tussen de 20 en de 25 rastra’s, en die hebben zich dus onlangs met behulp van een groter bedrijf dat in de buurt zit, een Canadese grootverwerker zeg maar, hebben ze zich verenigd en mijnen ze nu op een betere manier. Dus het effect van dus ehm, daarover praten. Toen ik er was, zei een vrouw die zei: ik heb nu die baan gekregen, want mijn voorganger kon het niet meer doen, want die is overleden. En ik zei: waaraan dan? Ja, dat wist ze niet. Maar ze was wel blij dat ze nu die job had.

R: Ja.

I: Ja, mijn collega’s, waar ik iedere dag mee werkte. Ik gooide, wilde, mijn chemicaliën wilde ik elke dag opslaan, zeg maar. En zij zeiden: nee nee nee, dat gooien we altijd hier bij die boom. Toen zei ik: bij de boom? Ja ja ja, want als je het door de gootsteen doet, dan komt het in het drinkwater. Ja weet je, waar gaan we beginnen met vertellen hoe. En dat waren echt gewoon, nou ja, ik werkte dagelijks met hun. Ik had hele normale politieke gesprekken, het waren volstrekt ja, gewone collega’s.

R: Ja.

I: Maar het besef dat het dan op dezelfde plek uiteindelijk uitkomt, die was toch ehm, dat lag toch anders.

R: Ja, ja.

I: Ja dat vond ik, nou ja. Er is gewoon een onwijs lange weg te gaan, op allerlei niveaus.”

Interview 12

I: “[...] En het komt eigenlijk, ik ben afgelopen februari ben ik naar Afrika geweest. Dus ehm, wij hebben daar toen. Dat was echt een reis, een bewustwordingsreis kan ik eigenlijk wel, zo kan je het eigenlijk wel noemen. Het was, het ging echt over eerlijke handel, die reis zeg maar. Dus wij hebben in Afrika, Burkina Faso, het hele proces gevolgd of meegelopen, of gezien eigenlijk, van hoe de Fairtrade cashewnoten verwerkt worden. Dus echt vanaf de boomgaard totdat ze verscheept worden ongeveer naar Holland, zeg maar. Dus.” [...]

I: “[...] En ehm, toen hebben we dus ook in die dorpen dus gezien wat Fairtrade uiteindelijk doet in de samenleving.” [...]

I: “Voor die tijd zie je wel allemaal Fairtrade producten in de winkel, en dan heb je altijd zoiets van: ja, dat is leuk en het is vooral duur. En ehm, ja. Weet je, heb je het ervoor over. En dan denk ik van: ja, het is misschien beter voor het milieu, maar ach, prima. Maar nu zie je dat het meer is als alleen beter voor het milieu. Het is voor heel die samenleving beter”.

Appendix VII | The evaluation of the goldsmith's decision to register for the Fairtrade gold program, ordered by interview.

Interview 1

R: “[...] Hoe zou u nu die beslissing die u een half jaar geleden hebt gemaakt om te registreren evalueren? Hoe staat u daar nu tegenover?”

I: Ik vind het nog steeds prima. Ik moet het alleen zien te verkopen. En dat is mijn ding. Daar moet ik aan werken.

R: Ja.

I: Dus nee, ik heb er absoluut geen spijt van en ik vind de ontwikkelingen nog steeds gewoon heel leuk. En ik denk in mijn geval dat ik echt op dat zilver wacht om te kijken of we daar iets in kunnen. Aan winst is natuurlijk voor een handelaar het goud, daar kan je gewoon meer aan verdienen. En daar hoef je minder voor te delven. Maar ik denk dat in Nederland de meeste goudsmiden heel veel met zilver werken. Gewoon omdat het ook in te kopen is. Goud inkopen is gewoon, ja, €1.000 is gewoon best een hoop geld. En dat moet ik ook weer zien te verkopen en zilver kan ik gewoon, ja, veel makkelijker verkopen. Dus ik hoop echt dat daar, dat dat gewoon wat meer vrij gaat komen. Maar dat is denk ik, ze zien wel dat de vraag heel groot is, maar het moet natuurlijk rendabel zijn.” [...]

R: “Ja. Is het registreren er nu van geworden wat u er toen van had verwacht?”

I: Qua klanten niet. Qua respons niet. Maar dat is ook weer. Ja ik denk dat als ik het zilver wel krijg en ik kan mijn workshops bijvoorbeeld gaan adverteren met Fairtrade zilver. Denk ik dat ik daar wel meer mensen, in ieder geval, mee in aanraking kan laten komen. En dat dat een echte pre is. Maar nu in goud workshops doen, nou, hm.

R: Maar is, had u gewoon verwacht dat er veel meer, dat u nu wel meer had verkocht, dan dat u nu eigenlijk heeft verkocht?

I: Nee, eigenlijk niet. Nee. En ik ben ook, weet je, ik ben zo kort bezig, dan moet je echt een product hebben wat heel goed loopt, wat je in massa eigenlijk kan maken. En dat is iets wat ik eigenlijk helemaal niet wil.

R: Nee.

I: Ja, ik vind het zo heel fijn dat ik zeg maar zelf mijn eigen dingen kan ontwikkelen en maken. Als je tegen mij gaat zeggen: ‘Maak maar duizend van hetzelfde.’ Dat vind ik een poosje leuk, maar dan heb ik het op een gegeven moment wel gehad. Dus, dat is helemaal niet mijn insteek.

R: Nee.

I: Voor mij is het echt meer van ik vind dat ik mijn eigen steentje bij mag en kan dragen, en daar gebruik ik dat goud voor.

R: Had u wel verwacht dat er meer klanten daar toch positiever tegenaan zouden kijken?

I: Nee, nee. Daar is de economie gewoon nu te lastig voor.

R: Nee.

I: Het verkopen van sieraden is gewoon, ja dat is op het moment gewoon lastig. Dus dan kan je wel hopen hoor, maar om het te verwachten, nee.

R: Nee.

I: Dit is echt iets wat je zelf wil en waar je voor kiest. En waarvan ik denk van ja, hier moet het mee beginnen. Dat is echt, ik heb nooit gedacht van nou, ze staan nu rijen dik hier voor de deur van: 'Oh, u werkt met Fairtrade goud.' Dat denk ik niet. Maar ik denk gewoon dat als we langzaam maar zeker gewoon die vlek groter kunnen maken, dat het dan best wel komt. En dat er dan echt wel klanten zijn die dat wel belangrijk vinden. En dan moeten ze ook het product mooi vinden dat je maakt.

R: Ja.

I: Dat is ook heel belangrijk."

Interview 2

R: "Hoe kijk je nu terug op die beslissing van afgelopen, wat zou het zijn, januari, om je te laten registreren?"

I: Ja, volgens mij kan ik daar niet heel veel over zeggen, omdat ik daar nog weinig klanten eigenlijk heb die er echt specifiek naar vragen. Dus ik kan ook niet zeggen wat de voor- en de nadelen zijn van, ik kan me niet echt voorstellen dat je er heel veel nadelen van ondervindt."

Interview 3

R: "[...] De eerste vraag is: hoe zou u nu die beslissing evalueren, van februari, om u te registreren? Hoe kijkt u er nu tegenaan?"

I: Nou, dat ik het nog een beetje een worsteling vind.

R: Ja.

I: Ehm, ik zou het zo ontzettend graag helderder willen. En ik weet ook dat ik er dus nog veel meer tijd in moet steken om ervoor te zorgen dat ik het helemaal onder de knie heb en helemaal snap. Dus ik vind het een beetje een worsteling. Het zit ook wel voortdurend zeg maar. Dat ik denk ik moet hier iets mee. Ik kom er niet uit. Dus in die zin vind ik het prima dat ik die keuze heb genomen om me erin te gaan verdiepen, maar het gaat niet gladjes.

R: Ja, ja.

I: Het is nog niet doorzichtig genoeg, en niet helder genoeg.

R: Ehm...

I: Maar uiteindelijk zal ik misschien, dus over een half jaar het heel anders zien en denken, zo: nou is het gewoon helemaal helder voor me. Ik gebruik alleen nog maar Fairtrade goud, bij wijze van.

R: Ja, ja. Dus er moeten gewoon nog een aantal vragen worden beantwoord. Nog wat dingen duidelijk worden. En als het dan gewoon helemaal duidelijk is, dan.

I: Ja.

R: Ja.

I: Of ik doe het andersom. Ik zeg al tegen jou. Ik ga iets maken van dat Fairtrade goud, ik ga gewoon kijken hoe die stappen lopen. Waar ga ik allemaal tegenaan lopen? Wat snap ik niet? Waar kom ik niet uit?

R: Ja, ja.

I: Misschien is dat de beste weg.”

Interview 4

R: “Hoe zou je nu terugkijken op die registratie in november? Wat denk je daar nu over?”

I: Nou, ik vind het heel slecht eigenlijk van mezelf dat ik er nog niet actief mee bezig ben geweest. Want dat, zo kan je het eens af en toe laten vallen ja. Maar ik kan het ook in de... Ik kijk er nu op terug dat ik het even aan moet gaan pakken.” [...]

I: “Dat soort dingen, ja. Ik kijk erop terug als in: jeetje, is het alweer zo lang geleden?”

R: Is het ervan geworden wat je ervan verwachtte?

I: Ja, dat moet je echt over een half jaar dan nog een keer vragen.

R: Ja, dat kan je gewoon nu nog niet zeggen.

I: Nee.”

Interview 5

R: “Hoe zou je de beslissing om te registreren een half jaar terug nu evalueren?”

I: Ehm, nou ja er is in principe niks veranderd in mijn klantenbestand of wat dan ook. Maar ik ben nog steeds blij dat ik die optie kan geven. Dus in die zin heb ik daar geen spijt van. Maar ik ben wel blij dat ik niet die licentie heb aangevraagd. Want anders had het me toch weer geld gekost en in die zin nog niets terugverdiend, zal ik maar zeggen. Want zo werkt het dan als je. Maar, nee dus ja. Maar ik kan, daarom zeg ik, ik kan er niet heel veel over zeggen. Maar, nee.

R: Nee. Is dit er nu van geworden wat je ervan had verwacht toen je je inschreef hoe het nu zou zijn, zeg maar?

I: Ja, ik had eigenlijk geen verwachting.

R: Nee.

I: Want ik had zoiets van ja, weet je. Ik bied het gewoon aan. Ik schrijf me in, ik registreer me. Ik kan het aanbieden. En dan zie ik wel.

R: Ja, ja.

I: Dus ja, of dat nou is tegengevallen of mee, nee ja. Ja, nee. Ja, niet. Ja, ik had geen verwachtingen. Ja, ik had misschien bedacht dat er echt wel iemand was die dan van: oh, ja. Of ja, ik zou wel willen dat klanten uit zichzelf vragen. Maar dat gebeurt gewoon niet. Maar dat is in de afgelopen jaren nooit gebeurd, hoor. Ja, met diamant heb ik het dan wel een paar keer gehad. Dat klanten dat dan bewust niet wilden.

R: Ja.

I: Maar niet met goud, eigenlijk.”

Interview 6

R: “Ehm, hoe zou je de beslissing om je in te schrijven voor het Fairtrade goud programma, hoe zou je dat nu evalueren? Hoe kijk je daarop terug?

I: Nou, ik was heel blij dat er dus die gratis, of in ieder geval, optie kwam dat je niet alles hoeft te registreren. Daar was ik heel blij mee.

R: Ja.

I: En ik ben heel blij dat het nu makkelijker toegankelijk is [...]. Maar in ieder geval, ik ben dus heel blij dat het nu gewoon makkelijker verkrijgbaar is. En ik geloof gewoon dat je nu ook al gelegeerd 18 karaat kan bestellen en octogoondraad.

R: Ja, ja.

I: En dat het gewoon leverbaar is, weet je wel. Ik heb nu niet meer dat hobbeltje met klanten dat ik zeg het kan ook drie maanden duren voordat die ringen er zijn.

R: Ja.

I: Of niet, of weet je wel. Dus het is gewoon wel professioneler ingericht nu, dus dat is natuurlijk hartstikke goed. En Max Havelaar is gewoon een hele goede merknaam. Dus in die zin heeft dat ook wel, werkt dat ook wel goed voor mij als merk, natuurlijk. Dat je bezig bent met Max Havelaar. Dus dat is wel goed.”

Interview 7

R: “Ja. Ehm, hoe zou u die beslissing om te registreren in november nu evalueren? Hoe kijkt u daar nu op terug?

I: Nou, net als toen. Ik vind het leuk. Niet meer dan dat.

R: Ja.

I: Ik vind het leuk dat het kan. Ik vind het leuk dat ze wakker worden. Ik vind het leuk dat we op de kaart worden gezet. Dat zijn dingen waar ik altijd heel goed mee.

R: Ja.

I: Dat vind ik belangrijk. Maar veel meer voorlopig niet.

R: Ja.

I: Niet dat het simpel gaat worden, of. Om kort te gaan, ik vind die registratie veel minder belangrijk dan dat ik bij Bijou eindelijk spullen kan kopen die ik nodig heb. Daar gaat het mij om.”

Interview 8

R: “Nee, nee. Ehm, hoe kijk je nu uiteindelijk terug op de keuze voor Fairtrade goud en zilver?”

I: Ehm, ja als een hele logische en goede stap.

R: Ja. Dus eigenlijk positief? Geen ehm...

I: Nee, positief.

R: Je had niet dingen anders gedaan?

I: Ehm, nee ik ben in ieder geval nu blij met hoe het is gelopen.

R: Ja.” [...]

R: “Ja, ja. Had je bepaalde verwachtingen, voordat je ermee zou beginnen?”

I: Ehm, nee.

R: Nee, je hebt het gewoon gedaan.

I: Nee, maar ik deed het ook niet om iets. Ik deed het omdat ik gewoon met dit materiaal wilde werken.

R: Ja.”

Interview 9

R: “Oké. Ehm, ja ik vraag eigenlijk ook altijd een beetje van hoe goudsmiden de beslissing evalueren om te registreren.

I: Hm hm.

R: Ik weet niet of u daar nu al iets over kunt zeggen? Ehm, omdat het nog zo, ehm.

I: Nee. Ik vind het moeilijk, ja. Waarom wij geregistreerd zijn, dat bedoel jij?

R: Ja, of hoe u nu terugkijkt op die beslissing. Maar meestal is dat wat makkelijker natuurlijk om te zeggen als ehm.

I: Nou, we hadden ons er meer in moeten verdiepen. Weetje, we hebben het een beetje laten versloffen. We zijn geregistreerd al een tijdje, en ik heb het laten versloffen en er niks mee gedaan.

R: Ja.

I: En nu denk ik van ja, waarom eigenlijk? En ehm, dus het is ehm, het is nu even weer wakker geschud. En ach, het zijn fases. Dan heb je het heel erg druk en ben je alleen maar aan het

werken, werken, werken. Nou ja, dan floept het zomaar weg. Dan lig je in je bed en dan denk je: oh, ik moet er wat mee. En de volgende dag is het weer weg. Zo gaat het vaak, en dat. Dus het is ook wel goed om nu weer eventjes te denken van: oh, ja.”

Interview 10

R: “Ehm, ja dit is nog het laatste blokje. Hoe zou u nu de beslissing om online te registreren evalueren?”

I2: Ja, als een hele goede. Ik ben heel blij dat we het hebben gedaan, ja zekerweten. En natuurlijk staan we in de kinderschoenen, maar. En wij zijn gewoon mensen die niet heel snel meteen alles heel groot aanpakken. Maar ik denk dat als je over een paar jaar dan inderdaad zou terugkijken, dat het gewoon een hele goede beslissing is. Ja, zekerweten.

R: En ehm, had u bepaalde verwachtingen voordat u ging registreren?

I2: Nee, nee. Nee, eigenlijk niet.

R: Nee. Ehm, en als u nu in de toekomst kan kijken, wat hoopt u dan dat?

I2: Wat ik hoop is inderdaad dat we gewoon een mooie collectie hebben straks met Fairtrade goud.”

Interview 11

R: “Ja, ja. Ehm, over de registratie van het Fairtrade goud. Hoe zou je nu die beslissing evalueren om dat te doen, en om Fairtrade goud in ieder geval de optie te hebben om het te verkopen?”

I1: Ehm, ja. Prima denk ik.

R: Prima, ja.

I1: In ontwikkeling.

R: Ja, ja. Had je bepaalde verwachtingen? Dus je had niet bepaalde verwachtingen, nou nu ik dit ga doen komen er zoveel mensen, staan hier in rijen opgesteld en die willen allemaal...

I1: Nee.”

Interview 12

R: “En hoe zou je de beslissing om het te doen evalueren, hoe kijk je daar nu op terug?”

I: Nou, eerst had ik dus echt zoiets voor die reis naar Afrika had ik zoiets van ja, het is leuk, maar het kost teveel geld, dus dat gaan we maar niet doen nog voorlopig. Terwijl je toen ook al wel zoiets had, van ja eigenlijk moet ik het wel misschien doen, want het is misschien toch wel beter. En ja, daarna was het eigenlijk heel eenvoudig, dat was geen moeilijke beslissing. Ik had gewoon zoiets van ja, dat moet ik gewoon nu gaan doen.

R: Ja, ja. En ehm, had je bepaalde verwachtingen, voordat je je ging inschrijven?

I: Nee, nee. Ik had van mijn man die had dan gekeken, of gevraagd hoe dat ging. Nou, dan zegt hij: volgens mij is dat heel simpel. Dus dat ga ik wel even voor je doen. Ja, en dat ging dan. En nu, ja ik heb nog steeds niet echt verwachtingen. Ik zei pas nog tegen een vriendin van mij die dus in Afrika heb gewoond, ik zeg joh, ik zeg ik moet nog zien hoe het gaat lopen. Ik heb niet echt verwachtingen van nou, over twee jaar verkoop ik me toch veel Fairtrade goud. Ik heb daar echt geen flauw idee van, ik kan daar niks van zeggen. Nee, ik. Soms vraag ik me zelfs af of mensen het überhaupt wel willen, gewoon. Ik bedoel, het bestaat, en het is goed, en er zullen er heus wel een paar zijn die dat willen.

R: Hm hm.

I: Maar ja, of die mij dan ook uiteindelijk vinden en of het uiteindelijk zin heeft heel die registratie, dat weet ik gewoon echt nog niet.”

Interview 13

R: “Ehm, hoe zou je de beslissing om te registreren voor dat Fairtrade goud programma nu evalueren, hoe kijk je daar nu op terug? Dat is misschien een beetje een voorbarige vraag.

I2: We hebben nog niks om op terug te kijken, nee dat vind ik dat je eigenlijk nog geen antwoord op kan geven, toch?

I1: Nee.

I2: We staan net aan het begin nu, eigenlijk.

I1: Ik vind het een goed idee geweest, haha. Het voelt goed.

R: Ja. En ehm, hadden jullie bepaalde verwachtingen? Hebben jullie bepaalde verwachtingen bij als jullie ermee gaan beginnen, wat er dan gaat gebeuren?

I1: Ehm, nee ik. Nou, ik hoop dat mensen daar ehm, attent op worden gemaakt meer.

R: Hm hm.

I1: Doordat ze er meer in contact mee komen. Maar ja, voor ons zelf. We zijn...

R: Nee, nee.

I1: Al is het maar één iemand.

R: Ja, ja.

I1: Het is niet echt dat wij een heel extreem bereik hebben, natuurlijk. Ik hoop ermee dat uiteindelijk zelfs wordt dat uiteindelijk steeds meer mensen dit kunnen doen waardoor het een soort van kettingreactie wordt.

I2: Ik heb wel dat idealisme dat het mooi zou zijn als je alleen nog maar straks daarmee werkt. Dat we daar naartoe kunnen.”

Interview 14

R: “Ehm, hoe zou je de beslissing om te registreren nu evalueren?” [...]

I: "Nou, ik vind eigenlijk dat de ontwikkelingen goed zijn." [...]

R: "En voor je eigen bedrijf? Ben je nog steeds blij dat je toen hebt gedacht: ehm, ik ga dat doen toen je die winkel had, en dat dat nu zo is.

I: Ja, ja. Ja, wat ik een paar keer heb gezegd, mijn idealisme is alleen maar hoger geworden. Ik denk dat ik alleen maar, zodra ik een kans zie, meer zal overstappen.

R: Ja." [...]

R: "Ehm, had je bepaalde verwachtingen, misschien stiekem toen je eraan begon?

I: Nee.

R: Nee. Het was gewoon echt heel pragmatisch, steeds kijken.

I: Ja."

Interview 15

R: "Ja. Ehm, hoe zou je uiteindelijk de beslissing om Fairtrade goud te gaan gebruiken evalueren? Als je er nu op terugkijkt?

I: Nou, nog steeds als iets heel positiefs. En ik denk ook echt dat het, dat het gaat, dat er steeds meer mensen dat willen en dat het gaat groeien.

R: Ja.

I: Dat weet ik zeker. En ja, ik heb er op zich ook heel veel, ik zie het ook als een hoofdpijnperiode, haha. Omdat ik het gewoon, ja. Oké, dit is niet mogelijk, dat is niet mogelijk, en ja. Het was echt niet makkelijk en dat, dat vond ik heel vermoeiend. Van dat je denkt: ja maar, ik wil het goed doen.

R: Ja

I: En dan, waarom moet het dan zo moeilijk?

R: Ja." [...]

R: "Ja, ja. En ehm, had je bepaalde verwachtingen toen je, voordat je begon met dat Fairtrade?

I: Ehm, nee, eigenlijk niet. Ik had volgens mij, ik weet niet. Ik had wel zoiets van dat die site en mijn concept, dat dat echt supercool, echt een gat in de markt, zeg maar. Dat wel, maar ik kon ook niet, nou ik kon ook niet echt zo bedenken of zo van hoe dat dan zou gaan. Ik had niet de verwachting van nu ga ik alles gelijk verkopen of zo.

R: Ja. Ehm, en in hoeverre zijn de verwachtingen die je had ook uitgekomen?

I: Ehm, nou nu vind ik wel dat er veel, nu vind ik wel dat er veel mensen, misschien wel meer dan verwacht, erop afkomen. Dat wel." [...]

R: "Is de hoeveelheid mensen die er nu hier naar vragen, is dat zeg maar, is dat echt positief en beter dan verwacht, en dat je nu echt denkt: wow, er zijn nog steeds mensen die echt actief, dus dat is wel een soort van boven verwachting leuk?

I: Ja, ja."

Interview 16

R: "Oké. Ehm, hoe zouden jullie nu die beslissing om licentiehouders te worden en om te gaan beginnen met Fairtrade goud evalueren? Hoe kijken jullie daar nu op terug?"

I2: Nou, ik denk dat we nog lang niet het volle eruit gehaald hebben, nog lang niet.

I1: Nee.

I2: Dat we, hè, dat er eigenlijk nog te weinig is om op terug te kijken, op dit moment. Maar ik denk wel dat het een goede stap is geweest, dat denk ik wel.

I1: En ik heb er ook wel verdusie in. En wij geloven er ook wel in, ja.

R: Ja.

I1: Vooralsnog zijn we enthousiast, haha. Ja, ik denk wel dat het ehm.

R: Ja.

I1: Maar ik denk dat het bij ons nog moet komen, maar goed. We moeten er wel eventjes, ehm. Tegenaan ehm.

R: Ja. En ehm, hadden jullie bepaalde verwachtingen ervan, van tevoren?

I1: Nou ja, dat weet ik niet.

I2: Nee. Ik had wel verwacht dat de mensen veel meer zouden vragen, nog.

I1: Ja, maar misschien dat dat dus dan wel komt op het moment dat je het hier ook wat duidelijker in de winkel hebt, of.

R: Ja, dat is eigenlijk een beetje tegen gevallen, dan.

I2: Ja, tegengevallen. Het is in ieder geval niet wat ik had. Ja, ik had verwacht dat er wat meer vragen zouden komen.

I1: Maar goed, dat. Ja, ja."

Interview 17

R: "Oké. Hoe kijk je nu terug op die beslissing om je te registreren? Als Fairtrade goudsmid? Positief?"

I: Ja, ja.

R: Ja. En ehm, had je bepaalde verwachtingen toen je je inschreef?

I: Nee.

R: Nee. Je dacht ik ga het gewoon doen...

I: Ik ga het gewoon doen en ik ga gewoon. Maar, het is meer een vaststaand feit.

R: Ja.

I: Van ehm, vanaf nu ga ik gewoon, ook dan meteen. Ik ga de eerste dingen die ik van goud koop, ga ik ook meteen met Fairtrade goud. En toen dacht ik van, ik hoorde dus allerlei goudsmiden in januari van dat mensen kunnen kiezen. Kijk, maar dat is omdat zij. Zij zijn al groot en zijn al met

heel veel dingen bezig. Dan denk ik van ja, ik begin net. Dus dan kan ik maar beter meteen zeggen, ik doe alleen maar met Fairtrade goud.

R: Ja.

I: En als de Fairtrade zilver echt groot op de markt komt, dan ook alleen met.”

Interview 18

R: “Ja, ja. Ehm, hoe zou je de beslissing om te registreren nu evalueren? Om met Fairtrade goud te gaan werken?”

I: Positief. Iets om uit te bouwen. Ik denk als ik gewoon regelmatig daar aandacht aan besteed met nieuwe ontwerpen in Fairtrade goud, dan ga ik mijn klanten daar ook steeds meer in winnen, dat weet ik zeker.

R: Ja.

I: Dus ik denk dat dat heel goed is.

R: Ja. En ehm, had je bepaalde verwachtingen voor de registratie?

I: Nee, ik was eigenlijk heel open. Zo van, nou ik vind het heel goed om te doen, ik ga er gewoon mee beginnen. En dan zien we wel, dan ehm. Dus het is eigenlijk stapje voor stapje gegaan van, begonnen met registreren. Toen dacht ik van nou, ik ga nu gewoon, ik had toen ook even tijd. Van nou, ik ga me nu even richten op één kleine collectie alvast en dat ga ik dan promoten. Dus dat heb ik toen gedaan.

R: Hm hm.

I: En dan zijn er nog een hoop andere dingen. Het is niet alleen maar dat, het is ook met opdrachten, exposities. Nou, dus zo ehm, heb ik nu wel het idee van het is wel tijd om ehm, als ik weer zo'n gat heb met tijd, dan ga ik weer een nieuwe collectie promoten.

R: Ja.

I: Dus ik ga dat uitbreiden gewoon, langzamerhand.

R: Ja.”

Interview 19

R: “Oké. Hoe kijk je nu terug op die beslissing om Fairtrade goud te gaan gebruiken?”

I: Ja, goed. Ja. Want ik denk gewoon nog steeds dat het tijd nodig heeft, en dat dat zeker wel ehm, uitgebouwd gaat worden, en dat dat groeiende is. En ik denk dat ehm, dat we met zijn allen daar een ehm. [...]. Ik denk dat we daar met zijn allen steentje aan kunnen en moeten bijdragen. Want als we dat niet doen, dan wordt het nooit wat. En als je alleen maar de mensen hebt die daar dus, nou ja, zoals je zegt, biologisch of Fairtrade alles doen, die zullen dat toch wel blijven doen. Maar je moet juist de mensen die zich daar niet van bewust zijn, die moet je daar bewust van maken. En ik denk het feit dat ik daar dus al aan meedoe, dat dat al een hele goede stap is.

R: Ja, ja. En had je al bepaalde verwachtingen toen je dacht, toen je je inschreef als geregistreerd goudsmid?

I: Nou, ik was wel nieuwsgierig, van goh, wat zou dat ook, en ook wat dat dan zou opleveren.

R: Ja.

I: Ik bedoel, ik zag ook niet meteen dollartekens in mijn ogen, hoor. Maar wel van ehm, de reactie van mensen. En is er veel vraag naar, en merk je dat.

R: Ja.

I: Zonder even dat commerciële stukje, meer gewoon de nieuwsgierigheid van ehm [...].”

Appendix VIII | An overview of the goldsmiths' statements on sales, ordered by interview.

Interview 1

I: "Ja, ja. Het staat op mijn website, daar heb ik het sowieso aangegeven. En bij die ringen ook. Ik heb twee keer die ring verkocht, en dan vertel ik het erbij, ja."

Interview 6

R: "Ja, dus één op de tien?"

I: Ja, dat is dan wel weer positief eigenlijk."

Interview 7

R: "Ja, ja. Ja. Ehm, als u nou zou moeten kijken bijvoorbeeld op jaarbasis, of op, misschien op het afgelopen half jaar? Ehm, welk, zeg maar als u een ongeveer deel moet aanduiden van uw omzet, wat dan bestaat uit sieraden gemaakt uit Fairtrade goud, hoe zou die verhouding dan ongeveer liggen?"

I: Nou, hooguit 1%. Heel weinig.

R: Ja. Dus op de honderd dingen die u verkoopt, is er één...

I: Ja ik kan, maar dat is natuurlijk erg ingewikkeld. Want het gaat, wat ik al eerder aangaf, het gaat dus in hollen en stilstaan."

Interview 8

R: "Ja, ja. En ehm, ik zit nu even te stoeien met de volgende vraag, want de volgende vraag is eigenlijk, hoeveel van je omzet uit sieraden komt van Fairtrade goud, maar misschien is het bij jou ook wel interessant om te weten hoeveel van je omzet komt uit sieraden gemaakt van Fairtrade goud of zilver.

I: Ehm, ik heb daarnaar gekeken, naar wat dat. Maar dat gaat, dat is nog. Dus, ik weet niet of je daar wat aan hebt, maar. Ik heb ongeveer qua omzet [...]. Ehm, en 45% uit Fairtrade.

R: Ja. Zilver en goud?"

I: Ja.

R: Oké. Nee, daar heb ik veel aan.

I: Oké.

R: En bij die 45% zilver en goud, weet je ook hoeveel daarvan dan goud is?"

I: Nee."

Interview 11

R: "Ja. Ehm, ik vraag ook altijd een beetje dingen over financiën. Maar je hebt dus nu maar één set trouwringen verkocht van Fairtrade goud, sinds je bent geregistreerd [...].

I1: Ja, ja." [...]

Interview 14

I: "Daar krijgen ze eigenlijk geen keuze meer in. Als mensen nu particulier bij mij bestellen, is het eerlijk goud. Maar particuliere bestellingen zijn niet mijn hoofd, ehm.

R: Nee. Dus hoe ligt die verhouding zeg maar tussen aan winkels en galeries en beurzen verkopen, en hier dingen verkopen?

I: [...]. Ehm, maar ik denk dat het ehm, tachtig/twintig is. Tachtig winkels, twintig particulier. Als dat niet al iets lager is."

Interview 15

R: "Ja, ja. Ehm, als je zou moeten. Hoe groot deel van je omzet komt nu dan uit sieraden waar Fairtrade goud in zit?

I: Ja, moeilijke vraag. Ehm, ja misschien twintig procent of zo, denk ik?

R: Ja.

I: Zo zou ik het schatten.

R: Dus één op de vijf dingen die je verkoopt?

I: Ja, zoiets. Misschien nog iets minder, want ik zat me laatst ook. Ik zat vanochtend te bedenken van: hoeveel mensen willen er nou bijvoorbeeld Fairtrade gouden trouwringen? En ik heb een, en toen was mijn eerste gedachte één op de zes, of zo.

R: Ja, ja.

I: Die daar op, die dat willen.

R: Oké, dus in totaal één op de vijf.

I: Ja, zoiets."

Interview 16

R: "Oké, en dat is misschien nu een beetje lastig te beantwoorden omdat ehm, jullie dan één keer een collectie hadden daarna op aanvraag, maar ehm als jullie zouden moeten zeggen voor nu, hoeveel van de omzet komt er dan uit sieraden waar Fairtrade goud in zit?

I: Oh ja, dat is eigenlijk ehm, dat kan ik niet beantwoorden. Dat is echt nog zo weinig.

I2: Het staat nog zo in de kinderschoenen eigenlijk, ja.

R: Ja. Dus ehm.

I2: Alles wat we ervan maken is wel verkocht.

R: Ja.

I: Dat ehm. Maar zo heel veel hebben we ook echt niet gemaakt, hoor. Het zijn echt nog maar een paar, het is denk ik op twee handen te tellen, de items. Het is echt nog heel weinig, hoor.

R: Dus het is misschien vijf procent? Van de 100 dingen die jullie verkopen, dat er dan vijf?

I: Nee, minder, minder.

R: Nog minder, ja. Echt zeer minimaal, dus het is absoluut niet significant in de financiën, daar is helemaal niks?

I: Nee, nog helemaal niks, nee."

Interview 17

R: "Op welk tijdsplan moet ik dan denken?

I: Een jaar, van de start van mijn eigen bedrijfje, eigenlijk, hè.

R: Ja, want dan is het dus een achtste."

Interview 18

R: "Dus als je dan een schatting zou moeten maken voor hoeveel deel het is van je jaarlijkse omzet, wat zou je dan zeggen? Zou het er dan ergens tussenin zijn? Tussen de 20 en 50%, of?

I: Ja.

R: Ja, dus dan zou het zijn 35% op jaarbasis.

I: Ja, dat is. Ik heb natuurlijk nog, ik heb nog heel veel werk waar geen Fairtrade goud inzit. En dan ligt het eraan, als ik een groot stuk verkoop, dan verschuift dat percentage ineens de andere kant op.

R: Ja, ja.

I: Ja, en dus ja dat is een beetje koffiedik kijken, haha.

R: Ja. Maar zou het nu op jaarbasis ongeveer 35% zijn, of zou dat al een te ruime schatting zijn van wat je aan Fairtrade goud verkoopt? Of aan sieraden met Fairtrade goud, sorry.

I: Ehm, ja. Ik vind het moeilijk te zeggen. Ik zou zeggen: 25%. Omdat er nu ook allemaal dingen aankomen en dan weet ik dat is allemaal zonder Fairtrade goud, dat is met eigen goud. Dat is ehm, een verandering van een erfstuk, allemaal dingen waar geen Fairtrade goud mee te maken heeft.

R: Ja, ja. Dus 25% op jaarbasis is reëler?

I: Ja."

Interview 19

R: "Leuk, ja. Ehm, heb je al ehm dingen verkocht van Fairtrade goud?

I1: Ehm, ja in opdracht. Dus niet rechtstreeks uit de winkel. Wel in opdracht.

R: En dat waren dan trouwringen, of waren dat ook andere?

I1: Ehm, dan moet ik even denken, waren dat trouwringen? Ja, volgens mij waren dat trouwringen, ja.

I2: Volgens mij ook.

I1: Want dan merk je wel, dan hebben mensen ook ehm, meer besef of zo. En dan denken ze daar meer over na, wellicht. En met trouwringen is het ook altijd zo, er is meer budget.

R: Ja.

I1: Dus dat is dat stukje wat het extra kost, ehm.

R: Niet zo erg, of ehm.

I1: Niet zo belangrijk. Dan is het besef dat het ehm, dat men weet waar het vandaan komt, belangrijker.

R: Ja, ja. En was het tot nu toe één set trouwringen verkocht van Fairtrade goud?

I1: Ja, ja.

R: Dus als je zou moeten duiden hoeveel dat van je omzet is, hoeveel procent zou dat dan zijn?

I1: Ja, heel weinig.

R: Ja. Vijf procent?

I1: Ja, minder.

R: Te verwaarlozen?

I1: Ja, ja. Weinig, echt weinig."

Appendix IX | An overview of the goldsmiths' quotes on recycled gold versus Fairtrade gold.

Interview 2

I: "En ze doen niets liever dan zeggen: 'Ja, maar al het goud dat wij gebruiken, dat is al 90% recycling.' Want dat komt allemaal uit oude armbanden en kettingen die weer worden omgesmolten.

R: Ja.

I: En dan zeg ik steeds, van: 'Ja, dat kan best, maar het feit blijft dat er jaarlijks uit de grond zoveel ton goud wordt gedolven. Hoe dan ook.'"

Interview 6

I: "Maar, ehm. Ja, ik denk eigenlijk eerder als je dan kijkt naar wat er op de wereld gebeurt, en wat er eigenlijk allemaal uit de aarde gehaald wordt. En wat er eigenlijk allemaal al is. Denk ik eigenlijk voor het welzijn van de aarde, dat het. Ik vind Fairtrade ook heel goed, maar ik vind het ook heel goed om te recyclen.

R: Ja, ja.

I: Dus eigenlijk zou het ideaal, het mooiste zijn om gerecycled te gebruiken en als je nieuw nodig hebt, omdat dan Fairtrade aan te schaffen en er bij te doen.

R: Ja.

I: Dat zou het meest ideaal zijn.

R: Ja, ja." [...]

I: "Dus in eerste instantie gaat het natuurlijk dat die mensen hun arbeidsomstandigheden verbeteren, maar daardoor ook meer ruimte krijgen ook om andere dingen te kunnen doen, weet je wel. Als je aan het overleven bent, dan kun je alleen maar aan eten denken. En als je je eten hebt gedaan, dan kun je aan je huis denken. En dan kun je aan andere dingen gaan denken, weet je wel, ja. Zoals de emancipatie werkt. En, maar de reden om er dus eigenlijk. Ik hoorde ervan en ik wilde gewoon heel graag daarmee werken, omdat ik echt dacht van, ja, hiermee kan ik echt een verschil maken. En toen na een tijdje realiseerde ik me dat het grootste verschil zou zijn, nog voor de aarde in ieder geval. Is als je met gerecycled goud zou werken. En daarom is mijn belangstelling nu voor Fairtrade wel iets minder geworden, moet ik heel eerlijk zeggen. Omdat ehm, ik merk dat het moeilijker is om te verkopen. Moeilijker is om te integreren in de hele collectie. Ik kan de hele collectie wel van gerecycled maken, dat kan wel. Dus daar kan ik een veel groter verschil in maken."

Interview 7

I: "Plus daarnaast, en daar ben ik ook heel eerlijk in. Ik heb een andere groothandel en die werkt alleen maar met gerecycled goud.

R: Ja.

I: Wat natuurlijk eigenlijk nog veel beter is. Dus daarom ook, die hele discussie is letterlijk niet zwart/wit. En er is geen goed of fout, en eigenlijk dat cradle-to-cradle verhaal is veel interessanter, eigenlijk dan Fairmined. Maar dat fair minen doe je vaak nog meer voor de mensen daar, dat die een fatsoenlijk bestaan hebben. En niet in hun gifstoffen omkomen, et cetera."

Interview 8

I: "Ehm, ja. Moeilijk inderdaad. Nou ja kijk, voor mij is het. Ik volg dus de discussie al een lange tijd. Ehm, ik vond, ik vind dat ik een standpunt moet innemen, wat nog net verder gaat dan alleen maar hergebruik. Ik weet dat gewoon recyclage of recycling dat dat een hele grote plek inneemt van heel veel fabrikanten die in Europa hun materialen verkopen. Alleen ehm, het gaat nog verder. Natuurlijk moeten we daar onze verantwoordelijkheid in nemen, en moeten we heel erg goed opvangen en hergebruiken, en ehm. Maar zolang er goud ligt op plekken als die ik gezien heb, maar waarvan ik weet dat dat over de hele wereld verspreid is. Zolang er goud ligt, wordt het gemined. Zolang er geen beter alternatief is, werkgelegenheid is in die regio's, dan gaat er gemined worden. En of dat nou op een slechte manier is of op een goede manier is, dat gebeurt. En dat vind ik volledig te begrijpen.

R: Ja.

I: Dus het is niet zo, we kunnen wel allemaal zeggen, recycling is zo goed, en we gebruiken lekker 99% van ons materiaal is gerecycled. Hartstikke goed. Alleen er is iets anders nog nodig, er zijn gewoon betere mijnomstandigheden nodig. En ehm, als je ziet wat voor een effect het heeft op een regio die, waar een bewustwording ontstaat, dat is groter dan alleen maar die ene mijn die dat op die manier nu doet."

Interview 11

I1: "Is, ik leg ook altijd aan de klant uit die bijvoorbeeld hier binnenkomt en die interesse heeft in Fairtrade. Dan leg ik ook uit waar mijn gewone goud zeg maar vandaan komt, en dat dat dus 100, van 100% gerecycled materiaal is.

R: Ja.

I1: Dus daar wordt niks, niks aan gemijnd. En dan, ja.

R: Ja.

I1: Dus wat is dan beter. Dat is eigenlijk een vraag waar wij nog niet helemaal uit zijn."

Interview 12

I: "Ja weet je, dat vind ik ook wel weer een lastige. Want als je nagaat, als ik Bijou Moderne bel, en dan zeg ik ja, hoe zit het dan met de rest van jullie goud? Dan zeggen ze: ja, 98% van de rest van ons goud dat is gerecycled goud. Dan denk ik: ja, het gaat dan over die twee procent."

Interview 13

I1: "En het is helemaal niet inzichtelijk. En ja, uiteindelijk.

R: Hm hm.

I1: Is al het goud dat we inkopen bij de groothandel voor 90% gerecycled goud.

R: Ja, ja.

I1: Dus dat hadden wij ook altijd in ons achterhoofd."

Interview 14

I: "Ja, waar ik heel veel op uitkom wat mensen als reden gebruiken om het niet te hoeven doen, is dat ze zeggen, en daar hebben ze op zich wel gelijk in. Alles wat wij aan goud en zilver in Nederland gebruiken, is in principe gerecycled. En dan zeggen ze ja, maar dat is toch veel beter dan weer elke keer nieuw goud uit de grond halen? En nou, op zich waar.

R: Hm hm.

I: Maar die mijnbouw die blijft plaatsvinden. Of wij recyclen of niet, er blijft goud uit de grond komen, en ik vind dat dat gerecyclede goud en zilver, komt dus wel uit die slechte mijn. En dan denk ik van, ja. Ik vind dat die basis moet veranderen. En dus daarom ben ik wel van mening dat we dat Fairtrade goud moeten gebruiken.

R: Ja.

I: Omdat anders nooit die basis zal veranderen. En dan zal je je altijd verstoppen achter een gerecycled product dat ook niet van een goede bron komt, dus laten we daar beginnen."

Interview 15

I: "Ehm, even kijken. Ja, Fairtrade. In het begin was ik er meer, meer mee bezig of zo, want de laatste tijd ben ik ook meer met gerecycled goud gaan gieten. Puur omdat, dat kon ik eerst niet en door dat Fairtrade ben ik dat gaan doen."