



Fotos: Kosta Potezica

WOHER KOMMT DIE IDEE, HERR JIRGENS?

AUF DER SUCHE NACH DEM EIGENEN WEG UND WELCHE ROLLE DIE GEMWORLD DABEI SPIELT

Thomas Jirgens hat seinen Weg gefunden. Der Goldschmiedemeister, Gemmologe und Diamantgutachter aus München ist für seine hochexklusiven und einzigartigen Schmuckkollektionen bekannt. Im Gespräch mit Juwelier#Business erzählt er, wie er auf seine Schmuck-Ideen kommt – und wie zu seinen feinen Edelsteinen.

JUWELIER#BUSINESS: Herr Jirgens, auf Ihrer Homepage und in Ihrem eigens publizierten Lookbook erzählen Sie die Geschichte des Larimar von der Rohware bis zum fertigen Schmuckstück. Wie haben Sie diesen besonderen Edelstein gefunden?

THOMAS JIRGENS: Den Larimar-Stein gibt es weltweit nur an einem einzigen Ort, auf der Karibikinsel Hispaniola. Hier in Europa ist der Edelstein – gerade zu hochwertigem Schmuck verarbeitet – selten zu sehen. Das liegt in erster Linie daran, dass man auf den Messen wenige bis keine Topqualitäten kaufen kann. Seit ich ihn während eines Surfurlaubs das erste Mal in guter Qualität gesehen habe, fasziniert mich dieser Stein aufgrund seiner Farbe und Beschaffenheit, die das Meer in all seinen Facetten widerspiegeln. Also bin ich zur Mine gefahren, dort mit der örtlichen Kooperative ins Gespräch gekommen, habe Schleifer kennengelernt, mitgearbeitet und Schleifkurse für den Nachwuchs gegeben, der die dortige Larimar-Schule besucht. Irgendwann ist man ein Sohn des Ortes und bekommt Zugang zu bestem Rohmaterial. Nun habe ich etwas, das auf dem europäischen Markt nicht leicht verfügbar ist.

Das hört sich ein wenig an wie die Geschichte von Tamara Comolli, die am Strand von Madagaskar spazieren geht und Oceanjaspis findet. Tolle Geschichte.

Ich finde es großartig, wenn Menschen das verstärken, was sie inspiriert. Ich bin immer wieder fasziniert von dem, was Ta-



THOMAS JIRGENS
GOLDSCHMIED

„ICH FINDE ES GROSSARTIG, WENN MENSCHEN DAS VERSTÄRKEN, WAS SIE INSPIRIERT.“

mara geschaffen hat. Mit welchem hochqualifiziertem Marketing- und Finanzwissen sie dieses Unternehmen aufgebaut hat. Hut ab! Ich bleibe meist sehr an den Feinheiten des Materials hängen, da ich eine genaue Vision von Form und Proportion habe. Darauf konzentriere ich mich bei der Anfertigung meines Schmucks. Das knallharte Marketing hiernach ist nicht meins, da bin ich zu sehr Freigeist und gehe neher lieber surfen. Das Meer und der Wassersport sind eine ewige Quelle der Inspiration für mich.

Blicken Sie auf den Mitbewerber, etwa auf Ihren Nachbarn Hemmerle, der eine international bedeutende Marke geworden ist?

Selbstverständlich. Ich finde es extrem spannend, zumal ich das Haus Hemmerle seit Jahrzehnten kenne, weil ich früher als freier Schmuckgestalter für Stefan Hemmerle gearbeitet habe. Es ist profund und hat sehr viel Qualität!

Geht es letztlich darum, sich auf das zu konzentrieren, was man kann?

Ganz sicher geht es darum. Ich finde, um seine eigene Arbeit definieren zu können, kann es hilfreich sein zu wissen, wer die anderen sind, was sie machen und wie sie an Themen heran- und mit ihnen umgehen. Welche Steine verwenden sie? Was ist wertvoll für sie? Folgen sie den Jahreszeiten oder der Mode? Ich schaue schon, was die anderen tun, weil es Teil meiner Arbeit ist, informiert zu sein.



Basisarbeit: Thomas Jirgens auf dem Weg zum Larimar-Stein. Um diese Seltenheit zu bekommen, steigt er tief ins Bergwerk ab.



„Ein Stein, der das Meer in all seinen Facetten widerspiegelt“, so Thomas Jirgens, Goldschmied und Surfer, über den Larimar.



Als Halskette „Water Amulet“, veredelt mit Diamanten und Gelbgold, verlässt der Larimar die Werkstatt von Goldschmied Thomas Jirgens.

„MÜNCHEN IST DAS TUCSON EUROPAS.“

THOMAS JIRGENS

Welche Rolle spielt die Gemworld für Sie? Ist sie Ihre Messe zum Story-Sammeln?

Ich bin ein großer Fan der Gemworld. München ist das Tucson Europas. Auf der Gemworld beziehungsweise auf den Mineralientagen trifft man ja die ganze Welt. Dies bekomme ich bei keiner anderen Messe hierzulande geboten. Ich gehe an einem Stand aus dem Ural vorbei, und mir wird ein Charoit angeboten, der wirklich nur von dort kommt. So etwas finde ich interessant und ich habe viele Fragen. Wie sieht es dort aus? Wie lebt man da? Wie ist die politische Lage in dieser Region? Wie funktioniert der Abbau? Es werden Fotos gezeigt. Natürlich geht es auch ums Geschäft. Um den besten Preis. Trotzdem ist es wichtig, mehr zu wissen. Mit jedem Gespräch lernt man dazu. Kommunikation ist wichtig für Designer.

Welche Rolle spielen Messen beim Aufbau der Eigenmarke?

Man sollte grundsätzlich jede Inspirationsquelle nutzen. Die Messe ist eine der wichtigsten dafür. Eine Eigenmarke muss

sich entwickeln. Mit der Zeit bekommen immer mehr Menschen etwas davon mit, und irgendwann ist der Break-even erreicht. Dies aber ist das Ergebnis eines permanenten Prozesses. Das kann man nicht als 25-jähriger Goldschmied. Wenn man profund ausgebildet wurde, jahrzehntelang Schmuck geschaffen, Steine geschliffen und weltweit Herstellungsprozesse kennengelernt hat und schließlich an den Gesichtsproportionen der Frau erkennt, welcher Schmuck ihr steht, dann kann man sich mit der Frage beschäftigen, was man eigentlich macht, warum und wohin die Reise gehen soll.

Viele Juweliere sind derzeit auf der Suche nach einer Eigenmarke, oftmals bleibt es ein Projekt. Wie bekommt man es hin?

Mit langem Atem. Die Messe ist ein erster Schritt. Dort sehe ich Präsentationen oder auch Schmuck- und Edelsteinobjekte, was ich ganz wichtig finde. Wenn ich mich mit vielen Edelsteinen umgebe, dann strahlt das auf meine Kunden aus. Dies ist beispielsweise auch eine Story. Letztlich ist es eine persönliche Geschichte. Habe ich im Edelstein meine Berufung gefunden, Liebe zu Farbedelsteinen oder eine Sammelleidenschaft? Die Mineralientage sind ein guter Ort, das herauszufinden und in der Frage der Eigenmarke weiterzukommen.

Die Gemworld ist offen für Verbraucher. Ist das ein Problem für Sie als Münchener Juwelier?

Nein. Warum sollte es?

Weil die Konsumenten dort kaufen und später nicht bei Ihnen.

Ich sehe eigentlich keine Überschneidungen, sondern eher eine Bereicherung. Eine Messe hier vor Ort spart Zeit und Wege. Man muss natürlich wissen, zu welcher Uhrzeit man einkaufen geht, weil es sonst zu voll wird. Am Wochenende kommen auch Familien und viele Interessierte, die wochentags arbeiten. Sonntags gehe ich nicht auf die Gemworld. Es sei denn, ich hole beim Abbau noch größere Edelsteinobjekte ab.

Viele Juweliere, vor allem die aus München und seinem Umland, wollen keine Öffnung der Inhorgenta für Verbraucher.

Das mag vielleicht beim fertigen Schmuck ein Problem sein. Sicher lohnt sich da ein Besuch für Schnäppchenjäger. Aber alle anderen Konsumenten, die davon träumen, an dem einen Messestand die Steine, am anderen das Schloss und irgendwo sonst die Kette zu kaufen, werden schnell feststellen, dass man sich erst jahrelang mit Schmuck beschäftigt haben muss, bis man richtige Entscheidungen trifft und den Markt kennt. Viel Geduld, Hingabe und ein glückliches Händchen gehören auch immer dazu. Ich glaube nicht, dass ein Juwelier seine wirklich guten Kunden dadurch verliert, sondern durch sein Fachwissen der kompetente Ratgeber für Einkäufe ist. #



Die Auswahl guter Rohsteine ist sehr aufwändig, oft muss man sie aufschneiden, um zu erkennen, was sich im Inneren verbirgt.



Selten ist das Wort „einzigartig“ so treffend: die Ohrringe „Sand Bay“ und das Ringpaar „Heaven and Earth Twins“ mit Paraiba-Turmalinen und Diamanten.

