

it der Stadt Flensburg verbinden sich für viele Deutsche eher negative Assoziationen: Hier befindet sich unter anderem das Kraftfahrt-Bundesamt, bei dem Verkehrsverstöße und die fahrerscheingefährdenden Punkte gespeichert werden. Hier, nur wenige Kilometer von der Grenze zu Dänemark entfernt, gibt es seit 2005 aber auch einen ganz besonderen Augenoptikerbetrieb: Das „Brillenlaboratorium“ von Jens Drews. Und mit seinem hauseigenen Brillenlabel „fleyewear“ (Flensburg Eyewear) gleichzeitig die vermutlich nördlichste Brillenmarke Deutschland.

Der Name ist allerdings erst wenige Monate alt; vorher hieß das Geschäft ganz klassisch „Optik Drews“. Aber das passte schon lange nicht mehr zum ungewöhnlichen Konzept des Unternehmens, weshalb Jens Drews sich für „Das Brillenlaboratorium“ entschied: Das klingt ein wenig




# Alles außer

# gewöhnlich

WARUM SIND ANDERE AUGENOPTIKER ERFOLGREICH? WAS MACHEN SIE ANDERS UND VIELLEICHT BESSER ALS MAN SELBST? DIESER UND ANDEREN FRAGEN FOLGT EYECOM MIT DER RUBRIK PORTRAIT, IN DER BESONDERE UNTERNEHMERPERSÖNLICHKEITEN VORGESTELLT WERDEN. DIESES MAL IST ES JENS DREWS, FLENSBURG



nach Zauberei, Rezepten, ungewöhnlichen Zutaten und nicht immer vorhersehbaren Ergebnissen. Und genau diese Mischung gefällt dem norddeutschen Unternehmer.

Das Interieur des Brillenlaboratoriums ist eine originelle Mischung aus verschiedenen Elementen – Wohnzimmer, Kaffeehaus, Galerie, Musikstudio. Einen gläsernen Getränke Kühlschrank und einen Plattenspieler mit unzähligen richtigen Schallplatten wird man auch nicht bei vielen Augenoptikern finden. Den ganzen Tag liefert dieser Plattenspieler dezent, aber stilvoll Hintergrundmusik. Auch ein „berufstätiger Hund“ gehört zur Belegschaft: Der 13-jährige Mops „Molly“ fühlt sich in diesem Laden sehr zuhause, ist das Maskottchen von Flensburg Eyewear und gleichzeitig Namensgeber des meistverkauften Modells dieser Kollektion. 



## JENS DREWS

### Das Brillenlaboratorium

Große Straße 35, D-24937 Flensburg  
 Tel. 0461-50508545  
[www.brillenlaboratorium.de](http://www.brillenlaboratorium.de), [jd@optik-drews.de](mailto:jd@optik-drews.de)  
[www.facebook.com/optikdrews](https://www.facebook.com/optikdrews)  
[www.instagram.com/brillenlaboratorium](https://www.instagram.com/brillenlaboratorium)

**Gegründet:** 2005

**Haupt-Kollektionen:** Flensburg Eyewear - design by Jens Drews, Yohi Yamamoto, Parasite, Projekt Zero, Noego, Masao, Baars, Ragman, Tom Tailor, Clic Vision, Ross & Bross, Paul & Joe, Kosby & Son, Vintage, Cartier, Cazal Legends, Randolph, Frank Custom, T Charge, Gucci, Zeal

**Haupt-Glaslieferanten:** Hoya, Visall, Seiko

### Öffnungszeiten:

Dienstag - Freitag: 10 bis 18 Uhr  
 Samstag: 10 bis 16 Uhr und nach Vereinbarung

An einen Optikerladen erinnern hier eigentlich nur ein paar Brillenbühnen. Aber dieser ungewöhnliche Look ist beabsichtigt; ein normales Geschäft mit Beratungsinself, Kassentresen und Pflegemittelregal würde

**Der Name klingt ein wenig nach Zauberei, Rezepten, ungewöhnlichen Zutaten und nicht immer vorhersehbaren Ergebnissen.**

zu Jens Drews gar nicht passen „Meine Leidenschaft für Innendesign, Farben und Musik spiegelt sich natürlich auch in meinen Räumlichkeiten. Meine Freundin Britta Müller hat mir da sehr geholfen“, erzählt der umtriebige Unternehmer. „Als Händler verkaufe ich ja nicht nur einfach ein Produkt. Mit der Außendarstellung meines Ladens schaffe ich Atmosphäre: Blumen, Kissen, ein Loungebereich und viel Kunst im Innenbereich. Für meine Kunden baue ich Lieblingsbrillen nach, suche nach neuen Glasformen oder kreierte mit ihnen gemeinsam ganz individuelle Brillenfassungen. Mein Geschäft ist ein Ort der Begegnungen und bietet mehr als nur eine Brille zu einem guten Preis.“

**„Mein Geschäft ist ein Ort der Begegnungen und bietet mehr als nur eine Brille zu einem guten Preis.“**

Seine Inspirationen holt sich der kreative Macher überall: „Ich beobachte gern, besuche andere Städte und lerne von innovativen Geschäftsideen. Ohne diese Offenheit wird es vielen Einzelhändlern





nicht gelingen, im täglichen Kampf zwischen Einzel- und Online-Handel zu bestehen", ist er überzeugt.

Zahlreiche der so genannten „independent labels“ haben im „Brillennlaboratorium“ eine Heimat und ein anspruchsvolles Publikum gefunden. Allen voran natürlich die Modelle der hauseigenen Kollektion „Flensburg Eyewear“. Aber auch besondere und wertige Kollektionen wie die von Cazal und Cartier genießen bei Jens Drews und seinen Kunden hohes Ansehen. Für den Unternehmer sind das nicht nur Brillenmarken; zu vielen davon pflegt er über ihre Außendienstler herzliche und freundschaftliche Beziehungen, die weit über das übliche „Brillenzeigen“ hinausgehen: Bei regelmäßigen Trunkshows, Sommerfesten mit bis zu 200 Gästen und andere Events werden diese Labels nicht nur präsentiert, sondern zelebriert.

Die Corona-Zeit war allerdings eine empfindliche Zäsur, die auch an Jens Drews nicht spurlos vorübergegangen ist: „Sich wohlfühlen, lockere und nette Gespräche führen, die aktuelle Situation vergessen – je länger

lassen, weil sie bei Umsatzeinbrüchen von 40 Prozent und mehr die Ladenmieten einfach nicht mehr stemmen konnten. „Wir Händler werden drei bis vier Jahre brauchen, um die Kosten der Krise zu kompensieren.“

**„Je länger die Corona-Pandemie andauerte, desto klarer wurde mir, was meine Kunden in dieser schwierigen Phase brauchten.“**

**„Ohne einen lebendigen Einzelhandel geht den Städten etwas Unwiederbringliches verloren.“**

die Corona-Pandemie andauerte, desto klarer wurde mir, was meine Kunden in dieser schwierigen Phase brauchten. Dafür habe ich jeden Tag gearbeitet“, erläutert er seine Motivation, auch in dieser angespannten Zeit jeden Tag in seinem Laden zu sein. Denn gerade, weil die meisten Geschäfte, die Gastronomie und kulturelle Einrichtungen geschlossen werden mussten, waren die „systemrelevanten“ Optikergeschäfte – weit über den Verkauf und die Reparatur von Brillen hinaus – oft auch Orte zwischenmenschlicher Begegnungen, des persönlichen Austauschs und der gegenseitigen Ermutigung.

Während und nach der Pandemie haben einige Unternehmen ihre Geschäfte geschlossen oder zumindest die Flensburger Innenstadt ver-

Es geht um den Erhalt unserer Innenstädte als lebendige Zentren“, sagt Jens Drews. Deshalb hat er auch nur eingeschränkt Verständnis für die bereits jetzt wieder aufkommenden Visionen irgendwelcher Umweltorganisationen: „Unsere Zukunft ist mehr als gefährdet. Wir brauchen dringend Hilfe – und das ganz pragmatisch. Autofreie Innenstädte und die Erhöhung der Parkgebühren sind jetzt die falschen Signale“, sagt er. „Natürlich muss man über die Mobilitätswende und die Attraktivität der Innenstädte sprechen. Aber im Moment geht es erst einmal darum, das nackte Überleben der Unternehmen dort zu sichern. Denn ohne einen lebendigen Einzelhandel geht den Städten etwas Unwiederbringliches verloren.“

Aber als echter Unternehmer packt Jens Drews lieber an als zu klagen: „Netzwerken, zuhören, miteinander reden, aktiv und innovativ sein – nur so kommt man voran. Genau das erwarte ich auch von der Politik. Viele Regeln, Vorschriften und Aktionen gehen an den Bedürfnissen der Unternehmerschaft vorbei. Wir Händler können hier helfen, einen pragmatischen Weg zu finden, der unsere Innenstädte zukunftsfähig macht. Denn wenn es der Stadt gut geht, dann geht es uns allen gut – davon bin ich überzeugt.“

Um seine eigene Zukunft macht Jens Drews sich keine Sorgen: „Die gehört den Kreativen und Wagemutigen!“ sagt er. Dass er einer von ihnen ist, steht außer Zweifel. ■