



29.07.2026

WOHIN STEUERT SURVENTIS, HERR LUEHRING?

Mit dem Verkauf von BASF Coatings und der Neuausrichtung als Surventis hat sich der Lackhersteller organisatorisch neu aufgestellt. Für Karosserie- und Lackierbetriebe stellt sich nun vor allem eine Frage: Was verändert sich dadurch im Arbeitsalltag? Im ersten Interview mit schaden.news erklärt CEO Jens Luehring, welche Schwerpunkte Surventis setzt, warum Produktivität und Digitalisierung für Werkstätten weiter an Bedeutung gewinnen und welche konkreten Vorteile die neue Eigenständigkeit für Kunden bringen soll.

Herr Luehring, aus BASF Coatings wurde Surventis – was bedeutet die neue Identität? Jens

Luehring: Surventis ist mehr als ein neuer Name. Wir sind ein eigenständiges Unternehmen mit einem klar fokussierten Geschäft: Beschichtungen. Rund 10.700 Mitarbeitende, 3,9 Milliarden Euro Umsatz und Kunden in mehr als 140 Ländern. Unser Anspruch ist es, das führende Technologieunternehmen für Beschichtungen zu werden.

Dabei bauen wir auf dem auf, was uns erfolgreich gemacht hat: Unsere starken Marken, wie zum Beispiel Glasurit, unsere Technologien und die Energie unserer lokalen Teams, die oft seit Jahrzehnten bestehende Kundenbeziehungen mit den Betrieben vor Ort pflegen. Ändern wird sich das Tempo. Entscheidungen, die früher mehrere Ebenen durchlaufen haben, fallen heute direkter, schneller und näher am Kunden.

Wo sehen Sie die Herausforderungen vor denen Surventis in den nächsten Jahren steht? Jens

Luehring: Die Automobil- und Lackindustrie befindet sich in einem tiefgreifenden Wandel. Auch der Schadenmarkt verändert sich: Fahrerassistenzsysteme senken die Unfallhäufigkeit und gleichzeitig wird jede einzelne Reparatur komplexer und teurer. Versicherer drücken auf die Kosten. In den Betrieben fehlen erfahrene Lackiererinnen und Lackierer.

Für uns heißt das: Wir werden nicht am Produkt allein gemessen, sondern daran, ob ein Betrieb mit unserem System mehr Fahrzeuge in derselben Zeit bearbeiten kann. Servicequalität und Digitalisierung sind von entscheidender Bedeutung. Wir haben einen direkten Einfluss auf die Produktivität unserer Kunden – hier liegt unsere Aufgabe.

Rohstoffmärkte und Regulierung bleiben volatil. Unsere starke lokale bzw. regionale Präsenz hilft uns aber, die damit einhergehenden Herausforderungen erfolgreich zu bewältigen.

Was ändert sich durch die Übernahme der Investoren für die Automobil- und

Reparaturlackkunden in Deutschland? Jens Luehring: Für unsere Kunden bleibt das Entscheidende unverändert: bestehende Verträge, Produkte, hochwertiger Service und unsere renommierten Marken werden durch den Eigentümerwechsel nicht verändert.

Neu ist der Zugang zu Kapital und zu Eigentümern, die unsere Branche kennen. Carlyle investiert, um Unternehmen weiterzuentwickeln und stärker aufzustellen. BASF ist weiterhin mit rund 40 Prozent beteiligt und profitiert damit weiterhin von unserem Erfolg. Alle Eigentümer wollen dasselbe wie wir: ein Unternehmen, das erfolgreich ist, weil seine Kunden erfolgreich sind. Für unsere Kunden wird vor allem sichtbar werden, dass wir Entscheidungen schneller und dezentraler treffen können.

Bei der Präsentation des neuen Unternehmensnamen sprachen Sie von mehr Agilität und

stärkerem Kundenfokus. Wie profitieren denn die Kunden der Marke Glasurit konkret von der neuen Eigenständigkeit? Jens Luehring: Refinish ist eines von drei Geschäften bei Surventis und sitzt bei jeder Entscheidung mit am Tisch. Der Weg von der Glasurit-Werkstatt, mit der wir zusammenarbeiten, bis zur internen Entscheidung, wie wir uns dazu am besten als Partner ausrichten und in welche Felder wir investieren, ist kurz geworden. Aber genau das brauchen wir, um für die Zukunft der Refinish-Branche optimal aufgestellt zu sein und die richtigen Lösungen anzubieten.

Es geht dabei längst nicht nur um Lack. Unsere Kunden erwarten ganzheitliche Lösungen, die Durchlaufzeiten senken und Abläufe vereinfachen. Ein Betrieb verdient sein Geld mit dem Fahrzeug, das die Kabine verlässt, nicht mit dem Liter Lack, den er einkauft. An dieser Rechnung arbeiten wir gemeinsam mit ihm.

Welche produkttechnischen Entwicklungsschritte wird Surventis gehen? Was können Ihre Kunden

erwarten? Jens Luehring: Wir konzentrieren unsere Entwicklung auf klare Fragen, die wir uns für alle Betriebe stellen: Wie wird der Prozess schneller? Wie sinkt der Energieeinsatz? Wie einfach ist die Farbtonfindung beim ersten Versuch? Wie können Kosten insgesamt gesenkt werden?

Wir werden unsere Innovationskraft auch weiterhin auf die Themen konzentrieren, die für den Geschäftserfolg unserer Kunden relevant sind. Dazu gehören auch nachhaltigere Beschichtungslösungen sowie Technologien, die Energie- und Materialverbrauch reduzieren. Digitale Lösungen werden dabei eine immer größere Rolle spielen. Sie helfen dabei, Prozesse einfacher zu steuern, Transparenz zu schaffen und den Arbeitsalltag in den Betrieben spürbar zu erleichtern.

Herzlichen Dank für das Interview!

Christian Simmert