# ATBAS präsentiert modernisierten Markenauftritt

1. September 2025

**Frisches Design unterstreicht Softwarekompetenz und tiefes Prozess-Know-how im Autohaus**

- Markenrefresh spiegelt die digitale Transformation im automobilen Aftersales
- Neues Logo mit Outline-Cube als Symbol für Innovation und Weiterentwicklung
- Claim „Dealership DNA. Digitally driven.“ verbindet Herkunft und Zukunft
- Einführung des neuen Designs ab sofort digital, sukzessiver Rollout bis Frühjahr 2026

**Dresden, 01. September 2025** – Die Softwarefirma ATBAS entwickelt seit fast 25 Jahren digitale Lösungen für den Aftersales-Bereich im Autohaus. Nun stellt das Dresdner Unternehmen seinen modernisierten Markenauftritt vor. Mit einem überarbeiteten Corporate Design, neuem Logo, modernisierter Typografie sowie einer klaren Bildsprache stärkt das Unternehmen seine Markenidentität und macht sie fit für die digitale Zukunft.

Neues ATBAS-Logo mit Outline-Cube – Symbol für Innovation und Weiterentwicklung

„Ein starkes Markenbild ist ein strategischer Erfolgsfaktor. Es schafft Sichtbarkeit, stärkt Vertrauen und eröffnet neue Wachstumsmöglichkeiten. Unser Marken-Refresh ist wie ein Facelift beim Auto: kein Bruch mit der Vergangenheit, sondern eine konsequente Weiterentwicklung unserer Markenidentität“, erklärt Anja Döhler, Marketingleiterin von ATBAS.

**Modernisierung im Takt von Technologie und Wachstum**
Markenidentität und Softwareprodukte entwickeln sich bei ATBAS konsequent gemeinsam weiter. Mit ATBAS Agent und der neuen webbasierten Produktgeneration erreicht auch das Interface Design eine neue Stufe: moderne, intuitive Bedienoberflächen, die Einfachheit und Praxistauglichkeit vereinen. Der Markenauftritt folgt diesem Takt und übersetzt die Weiterentwicklung der Produkte in ein konsistentes Erscheinungsbild.

Der Zeitpunkt für den Refresh ist bewusst gewählt. Bisherige Designelemente ließen sich nur bedingt in digitale Kanäle übertragen, während die technologische Transformation mit webbasierten Lösungen und KI-Prozessen längst Realität ist. Deshalb braucht es ein klares, konsistentes und zukunftsfähiges Markenbild, das die nächste Entwicklungsstufe sichtbar macht.

**Neues Logo mit Raum für Innovation**
Das ATBAS-Logo bleibt die Kombination aus Wort- und Bildmarke („Cubes“) und wird künftig nur im Querformat genutzt. Einer der Würfel erscheint als Outline – Symbol für Offenheit und Innovation. Dieses Prinzip prägt auch die Produktwelt: Schnittstellen und eine offene Architektur ermöglichen nahtlose Integration in bestehende Systemlandschaften und treiben den Fortschritt im Aftersales voran. Ergänzt wird das bekannte Petrol durch ein frisches Cyan als neue Highlightfarbe.

Der neue Marken-Claim „Dealership DNA. Digitally driven.“ schlägt die Brücke zwischen Herkunft und Zukunft

**Neuer Markenleitsatz: „Dealership DNA. Digitally Driven.“**

Der neue Claim schlägt die Brücke zwischen Autohausherkunft und der Vision eines digitalen, vernetzten Ökosystems für die gesamte Branche.

- „Dealership DNA“: Ausdruck der Herkunft – aus dem Autohaus, für das Autohaus
- „Digitally driven“: Signal für die Rolle als Treiber der digitalen Transformation im automobilen Aftersales

„Unsere Wurzeln liegen im Autohaus, unsere Zukunft in einer digitalen, vollvernetzten Autohauswelt. Der Start unserer nächsten Produktgeneration ist der ideale Zeitpunkt, auch unsere Marke zu modernisieren“, betont Sylvio Röthig, Unternehmensgründer und Gesellschafter. Der englische Claim öffnet zugleich die Tür zur Internationalisierung des Unternehmens, ohne im deutschen Kernmarkt an Verständlichkeit zu verlieren.

Visualisierung der neuen Markenwelt in der Praxis: Kombination aus Technologie-Visuals und Werkstattnähe

**Weil Zukunft Herkunft braucht**
Das erste Produkt der Softwarefirma wurde 1995 in einem Dresdner Autohaus von Sylvio Röthig entwickelt, um Prozesse effizienter zu gestalten. Aus dieser Idee entstand das „Auto-Teile-Bestell-Abwicklungs-System“, kurz ATBAS. 2001 erfolgte die Gründung der gleichnamigen Firma. Heute vertrauen mehr als 1.500 Autohäuser und ihre Mitarbeitenden auf das kontinuierlich wachsende Produktportfolio und tiefgreifende Prozess-Know-how. Der neue Markenauftritt knüpft an der langjährigen Firmengeschichte an: Weil Zukunft Herkunft braucht.

Die Einführung des neuen Designs erfolgt zunächst auf den digitalen Kanälen. Bis zum 25-jährigen Firmenjubiläum im nächsten Jahr wird es sukzessive auch in Geschäftsausstattung, Messeauftritten, Büroräumen und Merchandise erlebbar.

---

**Ihre Ansprechpartnerin für Presse**
Anja Döhler
Head of Marketing
presse@atbas.de
+49 1511 4182003

---

**Über ATBAS**
Die ATBAS GmbH mit Sitz in Dresden ist seit fast 25 Jahren ein führender Anbieter praxisnaher Softwarelösungen für den automobilen Aftersales-Bereich. Aus dem Autohaus für das Autohaus entwickelt ATBAS digitale Anwendungen, die Prozesse vereinfachen, beschleunigen und transparenter machen – von der Teilelogistik über die Rädereinlagerung bis hin zu webbasierten Applikationen wie ATBAS Agent. Mehr als 1.500 Autohäuser in Deutschland vertrauen auf die Kombination aus innovativer Technologie, tiefem Branchenwissen und partnerschaftlichem Service. Das Portfolio umfasst ATBAS NET, ATBAS DEPOT, die mobilen App-Erweiterungen „MDE“ und „MWE“ sowie Schnittstellen zu einer Vielzahl etablierter und innovativer Anbieter im Kfz-Aftersales sowie ergänzende Prozessanalyse- und Beratungsleistungen. Die Vision: Freude in die Logistikprozesse der automobilen Aftersales-Welt bringen – durch Lösungen, mit denen Mitarbeitende im Autohaus ihre Effizienz steigern und Kund:innen begeistern.

Weitere Informationen unter atbas.de