

ATBAS im Veranstaltungsherbst 2025: Digitale Rädereinlagerung und persönliche Nähe im Fokus

18. Dezember 2025



- ATBAS auf drei zentralen Branchenevents im Herbst 2025 vertreten
- Fokus auf integrierbare Lösungen für komplexer werdende Systemlandschaften
- Digitale Rädereinlagerung mit [ATBAS DEPOT](#) als saisonales Kernthema
- Persönlicher Austausch mit Autohäusern und freien Werkstätten im Mittelpunkt
- Frischer Marktauftritt im [neuen Corporate Design](#)

Der Herbst 2025 war für ATBAS geprägt von persönlichem Austausch und relevanten Themen aus dem Alltag von Autohäusern und freien Werkstätten. Auf der MSX'25 in Hamburg, der Fachtagung Freie Werkstätten in Würzburg am 11.10.2025 sowie dem Autohaus Expertengremium von regiotec automotive IT am 25.11.2025 in Karlsruhe war ATBAS vor Ort, um zuzuhören und praxisnahe Lösungen zu zeigen.



Florian Schultz, Head of Sales bei ATBAS, im Austausch mit Fachbesuchern auf der MSX'25

Unterschiedliche Formate, ein gemeinsamer Nenner: der Werkstatt- und Autohausalltag

Mit dem Besuch von drei unterschiedlichen Veranstaltungen deckte ATBAS bewusst verschiedene Zielgruppen ab. Während die MSX'25 und die Fachtagung in Würzburg vor allem freie Werkstätten und Servicebetriebe ansprachen, richtete sich das Autohaus Expertengremium in Karlsruhe an markengebundene Autohäuser und größere Gruppen.

Auf allen Events zeigte sich ein gemeinsamer Nenner: der Wunsch nach digitalen Lösungen, die im Tagesgeschäft wirklich entlasten, sich in bestehende Systemlandschaften integrieren lassen und keine zusätzliche Komplexität erzeugen. Während ATBAS-Software in den Systemlandschaften der Autohauswelt bereits integraler Bestandteil ist, bietet das Dresdner Softwareunternehmen auch für freie Werkstätten attraktive Lösungen, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Digitale Rädereinlagerung als zentrales Gesprächsthema im Herbst

Ein Thema stand im Herbst besonders im Fokus vieler Gespräche: die Rädereinlagerung. Egal ob große Autohausgruppe oder freie Kfz-Werkstatt, gerade in der Saison stoßen analoge oder teil-digitale Prozesse schnell an ihre Grenzen. Das zeigt sich bei der Suche nach Radsätzen, in der Dokumentation oder in der Abstimmung zwischen Service, Lager und Werkstatt. Mit [ATBAS DEPOT](#) zeigte ATBAS auf den Veranstaltungen, wie sich Rädereinlagerungsprozesse vollständig digital abbilden lassen. Das reicht vom Einlagern und Verwalten über den Versand von Reifenangeboten bis hin zur Auslagerung. Die direkte Nähe zur Saison sorgte für viele konkrete Nachfragen und einen intensiven Austausch darüber, wie Betriebe ihre Abläufe gerade in Spitzenzeiten effizienter gestalten können.

Florian Schultz, Head of Sales bei ATBAS, bringt es so auf den Punkt: „Gerade in der Rädersaison merken wir, wie hoch der Leidensdruck in vielen Betrieben ist. Wenn wir zeigen können, wie digitale Rädereinlagerung mit ATBAS DEPOT im Alltag funktioniert und wo sie konkret Zeit spart, entstehen sehr ehrliche und konstruktive Gespräche.“



Stefan Konnerth, Sales Manager bei ATBAS, präsentiert die digitale Rädereinlagerungslösung für freie Werkstätten

Systemlandschaften wachsen - Integration wird zum Erfolgsfaktor

Neben saisonalen Themen wie der Rädereinlagerung wurde auf allen Veranstaltungen deutlich, wie stark die IT-Systemlandschaften in Autohäusern und Werkstätten in den letzten Jahren gewachsen sind. Mehrmarkenfähigkeit, zusätzliche Speziallösungen und steigende Anforderungen an Dokumentation und Prozesse erhöhen die Komplexität.

ATBAS verfolgt bewusst einen offenen Ansatz und versteht sich als Ergänzung bestehender Systeme. Ziel ist es, Prozesse zu verbinden statt neue Insellösungen zu schaffen.



Anja Döhler, Head of Marketing bei ATBAS, und André Hegewald, Team Lead Sales – East, beim regiotec Event in Karlsruhe (v. l. n. r.)

Neuer Markenauftritt erstmals im direkten Kundenkontakt

Der Veranstaltungsherbst 2025 war zugleich ein Meilenstein für [ATBAS neuen Markenauftritt](#): Erstmals trat das Unternehmen auf allen Veranstaltungen durchgängig im neuen Corporate Design auf. Die Rückmeldungen waren positiv: „Gerade im direkten Gespräch mit Autohäusern und Werkstätten haben wir gemerkt, wie wichtig ein klarer, moderner Auftritt ist – er schafft Vertrauen und macht sofort deutlich, wofür ATBAS steht.“ beschreibt es Anja Döhler, Head of Marketing bei ATBAS.

Persönlicher Austausch bleibt entscheidend

Trotz immer besserer digitaler Kommunikationsmöglichkeiten zeigt sich im Veranstaltungsalltag: Vertrauen entsteht vor allem im persönlichen Gespräch. Autohäuser und Werkstätten wollen Lösungen sehen, verstehen und einordnen können – idealerweise im direkten Austausch mit Menschen, die ihre Prozesse kennen.

Mit Blick auf 2026 wird ATBAS deshalb weiterhin gezielt auf Präsenz bei ausgewählten [Branchenveranstaltungen](#) setzen. Ziel bleibt es, nah an den Betrieben zu bleiben, konkrete Herausforderungen aufzunehmen und digitale Lösungen gemeinsam mit der Praxis weiterzuentwickeln.