

23. Int. Marken-Kolloquium in Seeon: Echt bleiben, um zu wachsen

Unternehmer diskutierten im Kloster Seeon über glaubwürdige Markenführung, Veränderung und Verantwortung

Von Eva Rathgeber - 17. September 2026



Foto: © Mandat

Wie können Unternehmen ihre Identität bewahren und zugleich verändern, was für die Zukunft verändert werden muss? Dieser Frage widmete sich das 23. Internationale Marken-Kolloquium vom 9. bis 11. September 2026 im Kloster Seeon. Unter dem Leitthema „Marke – echt bleiben“ trafen unterschiedliche Branchen und Unternehmergenerationen aufeinander. Einer der Höhepunkte war die Verleihung des 15. Marken-Awards an SNIPES-Gründer Sven Voth.

Seit mehr als zwei Jahrzehnten bringt das Internationale Marken-Kolloquium Unternehmer, Geschäftsführungen, Vorstände und Eigentümerfamilien aus Deutschland, Österreich und der Schweiz zusammen. Der von der Mandat Managementberatung bewusst auf maximal 80 Teilnehmer begrenzte Kreis ermöglicht persönliche Begegnungen, offene Diskussionen und Gespräche weit über die einzelnen Programmpunkte hinaus.

Das ehemalige Benediktinerkloster Seeon im Chiemgau bietet dafür einen besonderen Rahmen. Abseits des Tagesgeschäfts verbinden sich konzentrierte Diskussionen mit der Ruhe der

historischen Anlage am Klostersee. Das Leitthema „Marke – echt bleiben“ stellte 2026 eine aktuelle Unternehmerfrage: Wie viel Veränderung ist notwendig, ohne Herkunft, Werte und Glaubwürdigkeit preiszugeben?

Auftakt auf dem Rad und mit dem FC Bayern



Foto: © Mandat

Der erste Veranstaltungstag begann sportlich. Beim Community-Ride führte Christian Grasmann, Gründer des Münchner Radsportteams Pushbikers, die Teilnehmenden zur Bioteaque GmbH & Co. KG nach Traunstein. Der Auftakt in Bewegung bot zugleich Gelegenheit zum persönlichen Kennenlernen und unterstrich den Netzwerkgedanken des Formats.

Am Vorabend sprach Kirsten Hasenpusch, stellvertretende Geschäftsführerin des FC Bayern München e. V., über „Der Verein FC Bayern: Strahlkraft bedeutet Verantwortung“. Der Titel verband die internationale Bekanntheit des FC Bayern mit seiner Basis als eingetragener Verein – und rückte Verantwortung als Teil glaubwürdiger Markenführung in den Blick. Beim gemeinsamen Abendessen wurden die Gespräche fortgesetzt.

Traditionsmarken zwischen Herkunft und Erneuerung



Foto: © Mandat

Prof. Dr. Guido Quelle, geschäftsführender Gesellschafter der Mandat Managementberatung, und Linda Vollberg, Leiterin und Moderatorin des Internationalen Marken-Kolloquiums, eröffneten am Donnerstag das Hauptprogramm. Mandat begleitet vor allem mittelständische Unternehmen bei Wachstumsinitiativen in Strategie und Marke, Organisation sowie Vertrieb und Expansion.

Den ersten Unternehmensvortrag hielt Stefan Dräger, Vorstandsvorsitzender der Drägerwerk AG & Co. KGaA. Das Lübecker Familienunternehmen ist international in der Medizin- und Sicherheitstechnik tätig. Unter der Überschrift „Die Marke Dräger“ stand die Verbindung von Unternehmensname, Eigentümerfamilie, Verantwortung und technologischer Weiterentwicklung im Zentrum.



Foto: © Mandat

Beate Beck-Deharde und Julia Deharde, geschäftsführende Gesellschafterinnen der beck packautomaten GmbH & Co. KG, widmeten sich danach der Nachfolge. Das Unternehmen entwickelt Verpackungsmaschinen und -anlagen. Ihr Vortrag „Sie packen das‘ – Nachfolge in Tradition und Innovation“ verband die Übergabe von Verantwortung mit dem Auftrag, Bewährtes weiterzuentwickeln.

Ein Lagebild des DACH-Mittelstands

Über die Situation mittelständischer Unternehmen diskutierte Marcus Seidel, Unternehmer, Investor und Host des Mittelstars-Podcasts, im Panel „The State of the DACH-Mittelstand“. Die Runde verband Perspektiven aus drei Ländern: Veronika Elsener, CMO der Victorinox AG und Stiftungsrätin der Gesellschaft für Marketing Schweiz, Mag. Günter Thumser, Geschäftsführer des Markenartikelverbands MAV Österreich, sowie Mark Rauschen, geschäftsführender Gesellschafter von L&T Lengermann & Trieschmann, BTE-Präsident und HDE-Vizepräsident.

So trafen Markenführung, Verbandsarbeit und stationärer Handel aufeinander. Trotz unterschiedlicher Märkte verbinden den DACH-Mittelstand Fragen nach Positionierung, Kundennähe und Veränderungsfähigkeit.

Luxus im Tourismus und Zuversicht in der Krise



Foto: © Mandat

Korbinian Kohler, Inhaber der Bachmair Weissach Group, sprach über „Die Bachmair Weissach Gruppe – Entwicklung einer Luxusmarke im Tourismus“. Die am Tegernsee verwurzelte Gruppe verbindet Hotels, Gastronomie und weitere Angebote im Premiumsegment. Ihr Markenprofil entsteht aus dem Zusammenspiel von Ort, Qualität und Erlebnis.



Foto: © Mandat

Vera Bökenbrink, Geschäftsführerin der STAHLWILLE Eduard Wille GmbH & Co. KG, setzte einen industriellen Akzent. STAHLWILLE steht seit mehr als 160 Jahren für Werkzeuge und Drehmomenttechnik „Made in Germany“. Ihr Vortrag „Wie man trotz Krise gute Laune behält – und dabei eine Firma aus den roten Zahlen führt“ verband Restrukturierung mit Führung und Haltung in einer schwierigen Unternehmensphase.

Der Höhepunkt: Sven Voth erhält den 15. Award des Internationalen Marken-Kolloquiums



Foto: © Mandat

Am Abend des 10. September bildete die Verleihung des 15. Awards des Internationalen Marken-Kolloquiums im Rahmen eines festlichen Dinners den Höhepunkt. Ausgezeichnet wurde Sven Voth. Der Gründer des Streetwear- und Sneaker-Filialisten SNIPES entwickelte das Unternehmen zu einer international bekannten Marke; Kooperationen unter anderem mit Michael Jordan und DJ Khaled prägten das Brand- und Community-Building. 2024 verkaufte Voth SNIPES und schied aus dem Unternehmen aus.

Heute bündelt er seine Aktivitäten in der Wiener Beteiligungsholding Black Mass. Das Ökosystem umfasst unter anderem Marketing, Produktinnovation, Lizenzen, Produktion, Distribution, Sportmarketing, Premium-Einzelhandel und Creator Commerce. Eine prominente Beteiligung ist die Sporthandelskette HERVIS. Dort agiert Voth mit Mitgesellschafter Udo Schloemer als Eigentümer im Hintergrund; CEO Markus Hupach führt das operative Geschäft.



Foto: © Mandat

Der seit 2012 vergebene Award würdigt Persönlichkeiten, die Unternehmen und Marken nachhaltig prägen. Neben wirtschaftlicher Entwicklung zählen Innovationskraft, gesellschaftliche Verantwortung, Integrität und glaubwürdige Führung. Frühere Preisträger sind unter anderem Almdudler-Geschäftsführer Mag. Gerhard Schilling, VAUDE-Geschäftsführerin Dr. Antje von Dewitz und Victorinox-CEO Carl Elsener.

Juryvorsitzender Prof. Dr. Guido Quelle hob hervor, dass Voth nach Aufbau und Verkauf von SNIPES erneut ins unternehmerische Risiko gegangen sei und mit Black Mass ein vielschichtiges

Portfolio entwickle. Besonders überzeugt habe die Jury sein Mut, HERVIS in einer wirtschaftlich schwierigen Lage zu übernehmen. Linda Vollberg betonte, eine starke Marke entstehe durch unternehmerische Entscheidungen und Menschen, die mit Hingabe und Herzblut dafür einstehen.

Vom klaren Entschluss bis zum „inneren Vermögen“



Foto: © Mandat

Am Freitagmorgen kehrte Sven Voth als Referent auf die Bühne zurück. Sein Vortrag „Der Typ benutzt keinen Konjunktiv“ stellte Entschlossenheit und Verantwortung in den Mittelpunkt. Nach der Auszeichnung am Vorabend lernten die Teilnehmenden so auch seine Sicht auf Markenaufbau, Beteiligungen und die Rolle des Eigentümers kennen.



Foto: © Mandat

Dr. Matthias Maslaton, im Vorstand der ARAG SE für Konzernvertrieb, Produkt und Innovation verantwortlich, sprach über „Innovation, Produkt, Vertrieb. Die Erfolgsstory der ARAG in Deutschland“. Der Düsseldorfer Familienkonzern ist besonders für Rechtsschutz bekannt. Maslatons Ressort verbindet neue Angebote, verständliche Produkte und den Zugang zum Kunden.



Foto: © Mandat

Den letzten Vortrag hielt Frank Dopheide, Medienunternehmer und Gründer der Düsseldorfer human unlimited GmbH. Die Beratung und Kreativagentur beschäftigt sich mit Sinn, Haltung und Marke. „Das innere Vermögen – die Kunst, über sich hinaus zu wachsen“ richtete den Blick auf die menschlichen Kräfte eines Unternehmens – und damit auf das, was eine Organisation im Innersten trägt.

Fabian Vollberg und Linda Vollberg eröffneten den Freitag; Linda Vollberg führte durch das gesamte Kolloquium. Nach dem offiziellen Abschluss folgten ein gemeinsames Mittagessen und der Ausklang im Rosengarten des Klosters.

Fazit

Das 23. Internationale Marken-Kolloquium zeigte Marke als Daueraufgabe: Sie verlangt Klarheit über die eigene Herkunft, Mut zur Veränderung und Verantwortung für Entscheidungen. Die Perspektiven reichten von Industrie und Familienunternehmen über Handel, Sport und Tourismus bis zur Versicherungs- und Kreativwirtschaft. Mit der Auszeichnung von Sven Voth setzte das Kolloquium ein Zeichen für entschlossenes Unternehmertum. Kloster Seeon bot erneut den passenden Rahmen für Austausch und ein belastbares Netzwerk.

Autorenprofil



Eva Rathgeber Chefredakteurin at Unternehmeredition | [Website](#)

Eva Rathgeber ist Chefredakteurin der Unternehmeredition und verfügt über langjährige Erfahrung in Journalismus, PR und Unternehmenskommunikation. Inhaltlich liegt ihr Fokus auf Mittelstand, Familienunternehmen, Finanzierung, Investitionen, Private Equity, M&A, Nachfolge, Digitalisierung und Innovation.