

# Brandmeyer Markenberatung

*„Jeder Einzelne im  
Unternehmen trägt zum  
Erfolg der Marke bei“*

---

## Andreas Pogoda

Gesellschafter der  
Brandmeyer Markenberatung



---

Andreas Pogoda, Jahrgang 1966, ist Mitbegründer und Gesellschafter der Brandmeyer Markenberatung in Hamburg. Pogoda sammelte internationale Beratungserfahrung im Bereich Kommunikations-Management, Markenwerbung und Marken-gestaltung. Wie Unternehmen ihre Kommunikation auf einen markenstärkenden und zugleich verkaufstarken Kurs bringen, beschäftigt ihn in seinen zahlreichen Beratungsprojekten und Vorträgen.

# Vorträge von Andreas Pogoda



Klicken Sie die Links zu Vortragsbeispielen von Andreas Pogoda auf Youtube  
[Video 1](#)   [Video 2](#)

**Maken stark machen – die Verpackung kann es**  
Trendtag Glas am 17. Mai 2018 in Hannover

**Die richtige Markenkommunikation**  
Marketingclub Hannover am 14. Februar 2018

**Fit für den Wettbewerb**  
1. Fuldaer Marketingtag am 3. November 2017

**Chancen der Markenführung beim Mittelstand**  
Mitteldeutscher Ernährungsgipfel am 25. Oktober 2016 in Freyburg/Unstrut

**Markenwerbung wirksam machen –  
wie regionale Nahrungsmittelmarken richtig kommunizieren**  
Vortrag Branchentag Ernährungswirtschaft am 30. März 2016 in Ahrenshoop

**Spannen Sie starke Marken für sich ein**  
Vortrag bei Siemens Hörsysteme / Sivantos GmbH am 04. März 2016 in Berlin

**7 Tipps für Markenbotschafter**  
Vortrag bei tesa SE am 5. Februar 2016 in Hamburg

**Marken stärken leicht gemacht**  
Vortrag bei Zeiss 23. Oktober 2014 in Oberkochen

**Was Marken stark macht**  
Vortrag beim 2. Festool Zukunftsforum März 2013 in Stuttgart und Hannover

**Klassische Werbung im Mittelstand: Ein Best Practice Beispiel**  
Vortrag bei IKW-Mittelstandstagung in Bad Homburg am 20. September 2012

**Den Glauben an die Marke wachrufen**  
Vortrag auf dem Strategieworkshop Rekord Fenster, Kloster UND, Krems am 4. November 2011

**Innovationen und Markenstrategien**  
Vortrag auf dem zweitem Innovationsforum „All bout Food“ des Center of Life Sciences/Universität Anhalt am 11. Februar 2010

**Das Markenpotenzial von Girokonten**  
Vortrag beim 11. Hamburger Kundenbindungsforum der Affinion International GmbH am 10. Juni 2009

**Mit Marken durch harte Zeiten**  
Vortrag bei concept X, Zeche Zollverein, 29. Januar 2009

**Mit der Marke an die Spitze**  
Keynote-Vortrag bei Mrs. Sporty Franchise, Frankfurt, 6. September 2008

**Erfolgreich im starken Marken-Verbund**  
Vortrag bei der MHK Group in Bad Ischl am 16. Mai 2008

**Branded Publishing – Medien für Marken**  
Eröffnungsvortrag beim Signum Open Mind Kongress, 9. November 2007 in Stuttgart



# Andreas Pogoda: Ausgewählte Publikationen



**Selber machen! Marken haben die Chance, für die eigenen Produkte eine exklusive Saison zu schaffen**

Markenartikel Dezember 2016

**[Jette Joop bei Aldi: Gut oder schlecht für die Marke?](#)**

Interview Spiegel Online, 6. April 2016

**Prominente als Markenbotschafter**

Interview in der Sendung "exclusiv Spezial", RTL, 25. März 2016

**Medizin trifft Marke**

mit Klaus Brandmeyer und Peter Pirck

Springer Fachmedien 2015

**[Promis als Markenbotschafter](#)**

Interview Spiegel Online, Februar 2014

**Markenkraft zum Nulltarif. Der Trick mit den Resonanzfeldern**

mit Klaus Brandmeyer, Peter Pirck und Dr. Luise Althanns

Gabler Verlag 2011, 217 Seiten

**Marken stark machen**

Als Co-Autor mit Klaus Brandmeyer, Peter Pirck und Christian

Prill, Wiley Verlag 2008, 202 Seiten

**Wirksame Werbung durch Kommunikationsmuster**

in Research & Results Dezember 2007

**Eine Marke muss Erwartungsstrukturen bedienen**

Beitrag in Catering Management, 25.5.2007

**Marke zum Anfassen**

Beitrag in Famab Report 1/2007

**Quo vadis Marketing?**

Interview in Raumbrand 2/2006

**Beim Upgrading ist noch viel Musik drin**

Interview in Horizont 7.12.2006

**Aktualisierte Markenclaims stoßen auf harte Kritik**

Interview in Horizont 1.6.2006

**Fachmedien können zur Drehscheibe werden**

Interview in Horizont 25.5.2006

**Alte Marke aktiviert – Fallbeispiel Alpecin**

Beitrag in Marketing Journal, 11/2005, mit Eduard Dörrenberg

**„Für Marke ansich interessiert sich niemand“**

Interview in Direkt Marketing 10/2005

**Werbung nach eigenem Vorbild – Wie man ein Kommunikationsmuster für die Führung der Markenwerbung einsetzt**

in: Jahrbuch Markentechnik 2004/2005