

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 Kommunikationsmanagement, Markenwerbung und Markengestaltung. Wie Unternehmen ihre Kommunikation auf einen markenstärkenden und zugleich verkaufstarken Kurs bringen, beschäftigt ihn in seinen zahlreichen Beratungsprojekten und Vorträgen.

Aktuelle Vorträge von Andreas Pogoda

Den Glauben an die Marke wachrufen

Vortrag auf dem Strategieworkshop Rekord Fenster, Kloster UND, Krems am 4. November 2011

„Herr Pogoda hat in seinem Vortrag die Franchisenehmer dafür begeistert, wie sie die Marke Rekord Fenster stark machen können“

Robert Mörth

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



Kommunikationsmuster machen Design erfolgreich - Wie man Markengestaltung nach einem Muster managt

Vortrag auf der Interpack Düsseldorf im InnovationParc Packaging am 25. April 2008

Branded Publishing – Medien für Marken

Eröffnungsvortrag beim Signum Open Mind Kongress, 9. November 2007 in Stuttgart



Stil-Ikonen – mit kultivierten Marken zum Erfolg

Vortrag auf der Jahresversammlung der WK Wohnen in Wiesbaden, 27. September 2007

Die Macht der Marke – Im Bund der Besten sein Bestes geben

Vortrag bei der Jahresversammlung der MHK Group am Ägerisee, 18. Juni 2007



Storytelling in der TV-Werbung – Wie erzählt sich ein Produkt? Vortrag bei der RTL Journalistenschule, Düsseldorf am 9. Mai 2007

Marke zum Anfassen

Vortrag beim 8. Deutschen Eventtag am 1. Dezember 2006 in Düsseldorf

Contribution of print to brand image

Keynote bei der ERA Packaging Conference 11. Oktober 2006 in Osnabrück

How to have a strong brand

Gastvortrag im Rahmen der Mibe/MBA-China Focus Veranstaltung, Universität Hamburg, 11. Mai 2006

Visible Champions. Corporate Design in Deutschen Unternehmen

Gast zur Podiumsdiskussion anlässlich der Ausstellung Berlin, 19. Mai 2006

Die Evolution von Marken

Vortrag beim Kommunikationsverband Club Hamburg, 19. April 2006

Markenpflege per Mausclick

Podiumsdiskussion 2. Süddeutsches Kommunikationsforum, Stuttgart, 22. Februar 2006



Der Kampagnen-Code: Geheimnisse erfolgreicher Markenwerbung

Vortrag und Vorstellung der aktuellen Studie beim DZ-Forum Werbewirkung, in Frankfurt am 13. April 2005

Andreas Pogoda: Ausgewählte Publikationen



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

**Kommunikationsmuster – Der Kampagnen-Code
erfolgreicher Marken**
in: Markenerfolg ist machbar – 18 Manager berichten, hrsg.
von Klaus Brandmeyer/Christian Prill, Hamburg 2004

**Werbung nach eigenem Vorbild – Wie man ein Kommunikations-
muster für die Führung der Markenwerbung einsetzt**
in: Jahrbuch Markentechnik 2004/2005

Auch Wunder muss man verkaufen. Wie Viagra wirbt
in: Pharma trifft Marke – Markentechnik für den
Gesundheitsmarkt, hrsg. von Klaus Brandmeyer, München 2003.