

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.

Vorträge von Andreas Pogoda

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 05. 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 gemeinsam mit

Jörn Harguth 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



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 Event-Tag 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

Andreas Pogoda: Ausgewählte Publikationen



Jette Joop bei Aldi: Gut oder schlecht für die Marke?

Interview Spiegel Online, 06. 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, 177 Seiten

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

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