



Am Coca-Cola-Truck kommen Menschen zusammen. Deswegen lohnt sich die Aktionen für die Marke. Davon kann die Region sich ein oder zwei Sachen anschauen. Bild: Marcel Schlenkrich

FP +

Freiberg

🕒 19.12.2025

17.000 Besucher beim Coca-Cola-Truck: Was können sich Freiberg und das Erzgebirge davon anschauen?



Von Johanna Klix

Coca-Cola hat es geschafft, ein Teil der Kindheit von vielen zu sein. Mit dem Truckbesuch kam das auch Freiberg für sein Image zugute. Das geht auch ohne Großkonzern, sagen Marketingprofis der Region.

Freiberg. Für Coca-Cola war der Truckbesuch in Freiberg sicherlich ein Erfolg: 17.000 Menschen besuchten das Event auf Schlossplatz. Mit Großveranstaltungen und Marketing kennt sich die Rektorin der TU Bergakademie Freiberg Jutta Emes aus. Sie war Professorin für Marketing und Medien an der Bauhausuniversität in Weimar. „Das bringt nicht nur Coca-Cola etwas“, sagt sie, „das ist auch für Freiberg wunderbar“. Durch die vielen Bilder und Besucher ist die

Stadt überregional sichtbar geworden. „Und wer einmal vor Ort gesehen hat, wie schön die Stadt ist, kommt gern wieder“. Nur: Was kann die Stadt und das Erzgebirge tun, um sich ohne einen Großkonzern selbst ins Rampenlicht zu rücken?

Regionales sichtbar machen

Die Idee von Coca-Cola könnte man sich als Vorbild nehmen, sagt Sandra Bayer, Professorin für Business Management in der Digitalwirtschaft in Mittweida: „Dass so viele Besucher den Truck mit der Kindheit verknüpfen, zeigt auch, wie sehr er in uns persönlich verankert ist“. Die Kinder, die die Aktion in diesem Jahr miterlebt haben, würden sich noch jahrelang daran erinnern. Davon könne sich auch die Region etwas abschauen. „Dort sind es die regionalen Besonderheiten, die die Menschen lieben und verbinden“, sagt Bayer. Um eine gemeinsame Identität zu schaffen und Besucher anzulocken, müssten diese sichtbar gemacht werden.



Sandra Bayer ist Professorin für Marketing an der Hochschule Mittweida. Bild: Hochschule Mittweida

Das alles ist tägliche Aufgabe von Kristin Hängekorb, Sprecherin des Vereins Welterbe Montanregion Erzgebirge. „Der Welterbe-Status macht unsere gemeinsame Geschichte und die Leistungen der Menschen erlebbar“, sagt sie. Vor allem jetzt zur Weihnachtszeit würden die Traditionen und Bräuche des Erzgebirges deutlich. „Dadurch entsteht ein Gefühl von Zugehörigkeit und auch ein berechtigter Stolz auf das, was unsere Region ausmacht.“

Die Tradition vor Ort überregional zu präsentieren, die Aufgabe sieht David Bojack von der Stadt Freiberg bei den Nachtschichten, dem Bergstadtfest, aber vor allem bei der Bergparade. 2025 besuchten sie immerhin fast doppelt so viele das Coca-Cola-Event. Bojacks Fazit: „Der Coca-Cola-Truck hat viele Besucher angelockt, aber mit unserer Bergparade kann er nicht mithalten“.

Tradition nicht aus dem Blick verlieren

Den Vergleich findet TU-Rektorin Emes naheliegend. „Menschen wollen Events haben, bei denen sie zusammenkommen, gerade in der Weihnachtszeit“, sagt sie. Vom Quartier der TU am Schloßplatz habe man gesehen, dass neben der Professorin auch der Haustechniker, der Rentner und das kleine Mädchen gestanden habe. Das zeige, dass Coca-Cola sich als Marke präsentiert, die alle zusammenbringt. Ähnlich müsse es Freiberg auch tun, sagt Emes.



Rektorin Jutta Emes sieht Parallelen zwischen Coca Cola und der Bergakademie: Beide handeln international, sind aber lokal verbunden. *Bild: Andreas Hiekel*

Wo sich die Marketingexperten Bayer und Emes einig sind: Zwar müsste sich eine Marke erneuern. Aber die Tradition und Werte müssten bestehen bleiben. Das gelingt dem Getränkekonzern mit einer starken Markengeschichte, mit seiner Interpretation des Weihnachtsmannes und dem beleuchteten roten Truck.

„Freiberg könnte sich auch als Ort für junge Menschen und für die Gründerszene darstellen“, sagt Emes, „aber der Kern mit dem Bergbau muss bestehen bleiben“.

Dass der Christmarkt und die Bergparade sich auf den Klaubejungen konzentriert hatten, ist ihrer Meinung nach genau der richtige Schritt. (schöj)

© Copyright Chemnitzer Verlag und Druck GmbH & Co. KG