

## Pressemitteilung 29.04.2016

Zeitgeschehen - Bunt - Wirtschaft - Kultur - Musik  
- Rock & Pop - Welt - USA - Deutschland - NRW -  
Solingen

Seite 1/2

### Solingen statt Trinidad:

## **Coca Cola für die Ohren - Der Überraschungshit von SPRINGTIME IN ATLANTA ist "keine Werbung"**

*Gute-Laune-Musik für die Hitzewelle kommt aus Germany/"No Commercial" tritt Nachfolge zu "Rum and Coca Cola" an / Sam Francisco "King-Of-Rock" verarbeitet Coke-Feeling als Allgemeingut/Internationaler Rockstar wider Willen sieht sich nicht als Sponsor der Weltmarke/Offizieller Richtungswechsel der Coca-Cola-Werbestrategie als Inspiration für Gesundheitslogan*

*Solingen, Atlanta. Gerade noch rechtzeitig vor den heißen Tagen gab es innerhalb der traditionsreichen Coca-Cola-Zusammenkunft "Springtime in Atlanta" eine so ungewöhnliche wie opulente Musik-Überraschung: Unter lebhafter Anteilnahme stellte dort der für ungewöhnliche Pop-Rock-Cocktails bekannte Solinger Neurock-Star Sam Francisco den retro-tropischen Partykracher offiziell vor, der "das" Coca-Cola-Feeling in neue Dimensionen überführt.*

Zentrale Sammlerkreise und Verantwortliche konnten sich davon überzeugen, dass der sich ausdrücklich nicht als Sponsor des populären Softgetränks bezeichnende Satiremusiker mit seinem sommerlich-fröhlichen Brause-Song NO COMMERCIAL dem prickelnden Gefühl ein musikalisches Denkmal gesetzt hat. Unter dem von ihm wie ein Slogan kreierte Untertitel "On The Top Of The Action" dreht der mit Wohnsitz noch immer im deutschen Solingen gemeldete "ideale internationale Rockstar" kräftig das große Gefühlsrad - und schlägt eine Schneise aus purem Erleben und ganz viel Bewegung hin zu Sommer und Beachparty.

Nur für wenige Tage besuchte One-man-LaOla-Erfinder Sam Francisco das Zentrum weltweiter Coca-Cola-Erzeugung, aber diese Tage könnten die Welt tatsächlich verändert haben: Als Ergebnis seines Atlanta-Aufenthalts wird das jetzt u.a. auch im zentralen Headquarter in der US-Metropole Atlanta fest positionierte Single-Paket des Clubmitglieds ab sofort in den weltweiten Praxistest geschickt - bis die Daumen der höchsten Erfrischungsinstanz auch auf der letzten Beachparty automatisch nach oben zeigen: NO COMMERCIAL ist von Mai an offiziell im Handel und eben - wie der Name schon sagt - "keine Werbung". Denn, so die Botschaft: Ein Gefühl, das sowieso schon jeder kennt (und das fast jeder genießen kann), braucht ja überhaupt keine Reklame mehr - und wird selbst zum Kunstobjekt.

### **"Kann mich vor lauter Buchungen nicht mehr retten"**

Sogar die Macher des "Springtime"-Events waren dermaßen angetan, dass sie - zunächst sichtlich überrascht von dem inspirierenden Konzept - den Ball direkt aufgriffen und den Performer spontan

## Pressemitteilung 29.04.2016

### Zeitgeschehen - Bunt - Wirtschaft - Kultur - Musik - Rock & Pop - Welt - USA - Deutschland - NRW - Solingen

Seite 2/2

für ihre nächste Gala einplanten. Gleich einem erfrischenden Tropensturm hat die jugendlich anmutende Sonnenbrillen-Ikone die Kreise ihrer potentiell härtesten Kritiker so gleich mit überzeugt. "Ich kann mich vor lauter Buchungen nicht mehr retten, wenn das so weitergeht", hatte der schon vor Jahren als Kunstfigur aus der deutschen Kabarett-Szene unfreiwillig verselbständigte "ideale internationale Rockstar" kurz vor dem Start in sein US-Abenteuer gewitzelt. Dabei hatte ihn ein gutmeinender Mensch mit der zunächst heimlichen Anbahnung seines Sponsoring-Angebots eigentlich nur von seinen chronischen Depressionen ablenken wollen.

Einig sind sich die bisher erreichten Hörer nun aber vor allem darin: Einen Coca-Cola-Fansong dieser Intensität hat es bisher noch nie gegeben - mal vielleicht abgesehen vom allseits beliebten Ohrwurm "Rum And Coca Cola" aus den Vierzigern des letzten Jahrhunderts. Ein würdiges Sequel - aber diesmal ganz ohne Alkohol.

Sponsor Francisco plant nun einen passenden Video-Dreh u.a. in den Räumen der Coca-Cola-World in Atlanta sowie u.a. mit zahlreichen Coca-Cola-Devotionalien seiner eigenen umfangreichen Coca-Cola-Sammlung. Hierzu seien seine persönlichen Vorgespräche in Atlanta mit Vertretern "ziemlich hoher" Management-Ebenen durchaus vielversprechend verlaufen, verrät der 32-jährige Solinger augenzwinkernd. Aber von trockenen Tüchern zu reden sei es auch angesichts des naturfeuchten Metiers sicher falsch.

Am Rande des Besuchs jettete der im Internet unter king-of-rock.com firmierende Gesangsstar dann u.a. noch nach Memphis und stattete auch Elvis Presley einen kurzen Anstandsbesuch ab - nicht ohne diesem seine neue Single als Geschenk zu Füßen zu legen.

**Weitere Informationen, Pressefotos sowie der Song NO COMMERCIAL sind im Phononet musik-promotion network) abrufbar.**

***PRESSE- und VERLOSUNGSEXEMPLARE  
WERDEN AUF ANFRAGE VERSANDT***

Pressekontakt:

Kevin Alpha  
Studio Solingen  
promo@cc-song.com  
+49 212 64546956