

13

Plakatierer Gegen die Zeit

Michael Zoschenz trägt Schuhe aus Stahl, wird viermal im Jahr vom Hund gebissen und manchmal für einen Kinderfänger gehalten

Von Tatjana Kerschbaumer und Holger Talinski (Fotos)



turi2.tv Das Video zum Buch:
turi2.de/edition/zoschenz

Wenn Michael Zoschenz gegen die Zeit fährt, stirbt manchmal ein Huhn. Kann schon mal passieren, so in Eile, nachtdunkles Dorf im Spreewald, frei laufendes Federvieh. Zoschenz tut das Huhn irgendwie leid, andererseits: Seine Zehen tun auch niemandem Leid. Seit ihm einmal ein Auto drübergebettert ist, trägt er bei der Arbeit nur noch Schuhe mit Stahlkappen. Weniger Glück hatte sein weißer Ford Transit beziehungsweise dessen drei Vorgänger. „Hamse mir zerschossen“, sagt Zoschenz, das Lächeln noch breiter als der Brandenburger Akzent. Zerschossen heißt: Hinten ist ihm jemand draufgebrummt.

Zoschenz, ein hochgewachsener Mann mit Jungsgesicht, ist gelernter Großhandelskaufmann. Heute hat er ein Unternehmen, das Plakate an Laternenmasten befestigt. Im Spreewald ist Zoschenz eine kleine private Werbe-macht. Er klebt, hängt und drapiert von Ahrensfelde bis Cottbus, von Lübben bis Königs Wusterhausen. Dabei hat er nur zwei Mitarbeiter, Robin und Marcel. Sie arbeiten im Lager oder helfen mit, wenn in einer einzigen Nacht 1.000 Plakate und mehr an den Mast müssen. Jetzt, entspannte Runde, sind es nur 160 – für eine Reise- und Freizeitmesse am Wochenende. Der Chef sitzt selbst am Steuer und fährt

allein, „gegen die Zeit, gegen die Uhr“, nervöses Tippen aufs Handgelenk. Am Ende der Tour wird der Kilometerzähler des Ford Transit 380 Kilometer anzeigen, auf Zoschenz' Armbanduhr ist es dann kurz nach zwei Uhr morgens. Freitagnacht, ganz normal.

Bremsen, Warnblinker an, Leerlauf, ab zur Heckklappe. Dort muss Zoschenz erst einmal Genehmigungs-Plaketten auf seine Plakate kleben. Jedes Plakat muss offiziell von der Gemeinde „anerkannt“ sein, für jedes einzelne zahlen seine werbenden Kunden Gebühren. Je nachdem, wo die Plakate hängen sollen, haben die Aufkleber unterschiedliche

Farben: blau, grün, feuerwehrrrot. Auch die Preise sind unterschiedlich. In Ahrensfelde kostet ein genehmigtes Plakat fünf Euro pro Tag. In Lübben, Zoschenz' Heimatstadt, nur einen Euro.

16 Plakate bekommen einen blauen Aufkleber, weil sie in ein und derselben Ortschaft hängen werden. Zack, Zoschenz schnappt sich zwei davon, klemmt sie unter den Arm, im Laufschrift geht es am Straßenrand zur nächsten Laterne. Und zur übernächsten. Ein Ratschen, Zoschenz befestigt seine Plakate mit wiederverwendbaren Klettverschlüssen. Kabelbinder wären zu teuer, das Stück an die 80 Cent. Ein privater Plakatierer könnte sich das nie

leisten, wenn er konkurrenzfähig bleiben will. Deshalb Klett. Auch die Pappschilder, auf die die eigentlichen Werbebotschaften gekleistert werden, verwendet er so oft, bis sie buchstäblich auseinanderfallen. Zoschenz läuft zum Ford zurück, schwingt sich auf den Fahrersitz, sein breiter Brustkorb pumpst. Erster Gang, 400 Meter weit fahren, bremsen. Alles von vorn.

„Ick sag mal, die bei Aldi an der Kasse ham ja auch ne Belastung.“ Zoschenz' Job ist anstrengend, aber das sind andere Berufe schließlich auch. Er ist 33 und weiß, dass er das Heben, Rennen, ewige Ein- und Aussteigen vermutlich nicht machen kann, bis er in Rente geht. Irgendwann in Zukunft andere, jüngere Angestellte für sich arbeiten lassen: Das wäre ein Plan. Andererseits behagt Zoschenz diese Vorstellung gar nicht. „Kannst dich ja auf fast niemand verlassen!“ Im Zweifelsfall nur auf sich selbst. Dann hängt aber auch garantiert jedes Plakat richtig.

Angefangen hat alles um die Jahrtausendwende. Zoschenz spielte Schlagzeug in einer Rockband, The Cube, Covermusik, bis zu 100 Auftritte im Jahr. Wenn The Cube vorbeikam, mussten natürlich überall Plakate hin, sonst hätte es ja niemand mitbekommen. So ist das noch heute in Brandenburg, sagt Zoschenz: „Du kannst alles machen, Flyer verteilen, Radio: Bringt nüscht. Du musst Plakate haben, so zwei Wochen vor der Veranstaltung. Dann is die Bude voll.“

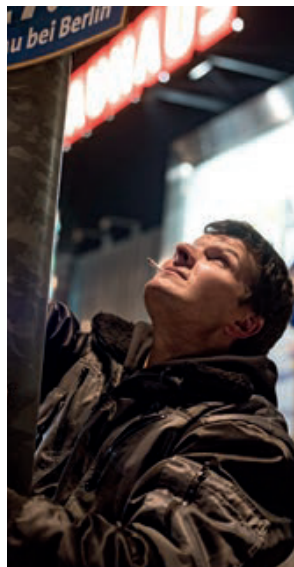
Bei The Cube war die Bude ziemlich oft voll. Das lag daran, dass Zoschenz schon damals sowohl in der Band als auch auswärts trommelte. Er übernahm die Werbemaßnahmen für die Gruppe, kümmerte sich um die Plakate und deren Verteilung. Bald kamen andere Bands auf ihn zu; noch später Firmen, die mit Musik gar nichts mehr zu tun hatten. Seit er 18 war, sei er eben langsam, aber konsequent „in dieses Geschäft

reingerutscht“. Die Band löste sich irgendwann auf. Das Business blieb.

Es ist ein Geschäft, für das man Handwerkerhände und stählerne Schuhe braucht. Einen Führerschein und eine Schachtel L&M Menthol pro Tour. Nerven, ja, Nerven sollte man auch haben. Und sie behalten. Es vergeht kaum eine Nacht, in der Zoschenz nicht angehupt oder angepöbelt wird, wenn er mit dem Ford am Straßenrand hält, um von Laterne zu Laterne zu joggen und daran Pappplatten mit Werbe-Aufklebern festzuzurren. Angebellt. Oder gleich gebissen, wenn ein Hund über den Gartenzaun springt. Das passiert etwa viermal im Jahr. Privat hält Zoschenz keine Tiere, die auf Arbeit genügen ihm.

Die skurrilste Situation erlebte Zoschenz allerdings tagsüber. Er hielt in der Nähe einer Kindertagesstätte, um alte Plakate abzuhängen – Werbung muss auch

Sein sonst freundlicher, offener Blick wird ein wenig schmaler: »Es hängt so viel Scheiß«



irgendwann mal wieder weg. Kurzes Vorbereiten der Transporter-Ladefläche, Platz schaffen. Als er auf den Gehweg trat, zischte es: Zoschenz stand im Pfefferspray-Nebel einer schreienden jungen Mutter gegenüber. Sie hielt ihn für einen Kinderfänger. Oder Schlimmeres. Warnungen vor weißen Kastenwagen mit bösen Männern waren kurz zuvor durch die Medien gegangen. Zoschenz' größtes Glück war, dass sich die Frau mit dem Spray auch selbst außer Gefecht gesetzt hatte. Eine Augenspülung aus seiner Wasserflasche später war die Situation im wahrsten Sinne des Wortes geklärt. Zoschenz fuhr weiter, die Netzhaut rot. Er hängte alle alten Plakate ab.

Zoschenz arbeitet irgendwie immer. Entweder im Lager und im Büro oder auf den Straßen Brandenburgs, auch an Sonn- und Feiertagen. Früher trank er deshalb fünf Kannen Kaffee am Tag, sein Magen fand das nicht so super. Jetzt schwappt Früchte-tee in seinem Thermosbecher in der Halterung neben dem Lenkrad. Zoschenz arbeitet, wenn andere Leute in der Kneipe ihr Bier heben oder im Kino Händchen halten. Er hat keine Zeit für so was beziehungsweise: Er nimmt sie sich nicht. An einem normalen Tag schläft er vier bis fünf Stunden, und zwar nur, weil er muss. „Das war Winter ... zwotausendacht, zwotausendneun“, erinnert er sich an das letzte Mal, als sich eine Beziehung „angebahrt“ habe. Sie hatte gerade ihr Studium beendet, ein One-Way-Ticket nach Thailand gekauft und wollte, dass er mitkommt. Zoschenz sagte Nein. Die Frau meldete sich nicht mehr.

Dabei hat er durchaus ein Herz für die Liebe. Einmal hängte er 100 „Alles Gute zur Hochzeit“-Schilder auf, genau an der Straße, die das frisch verheiratete Paar entlangfuhr. Ein Freund der beiden hatte es nicht zur Trauung geschafft und Zoschenz mit der Überraschung beauftragt. „Ja, da hab ich auch nix verlangt. So was macht mir ja Spaß.“ Weniger lustig findet er

den ewigen Kampf um die Laternenmasten. Plakatkampagnen haben in den vergangenen Jahren immens zugelegt; es gibt – gerade auf dem platten Land – viel mehr Plakatwerbung als noch vor zehn Jahren. Zoschenz sollte sich eigentlich darüber freuen, weil es bedeutet, dass das Geschäft gut läuft. Trotzdem gestikuliert er unbestimmt durch die Windschutzscheibe nach draußen. Sein sonst freundlicher, offener Blick wird ein wenig schmaler: „Es hängt so viel Scheiß.“

Im Sommer ist es am schlimmsten. Außer Zoschenz gibt es noch ein paar andere Plakatierer, und wenn er später als die Konkurrenz kommt, sind die guten Laternen schon belegt. Er könnte sein Plakat einfach dazuhängen, darüber oder darunter, manche machen das. Er mag das nicht. Da sucht er lieber weiter, aber die Premium-Masten – zum Beispiel vor Ampeln, wo die Fahrer halten müssen – sind dann meist vergeben. Plakate in Kurven sind Unsinn, dort achten die Fahrer auf die Straße, nicht auf die Werbung.

Das Einzige, was hilft, ist, so durchgehend Plakate zu hängen, dass die Konkurrenz den Mast nie frei erwischt. Das bedeutet: Zoschenz hängt ein Plakat für eine Woche. Nach sieben Tagen kommt er wieder, hängt es ab – hat aber bereits das neue Plakat eines weiteren Kunden dabei. „Sichern“ nennt Zoschenz das. Das klingt eher nach vermintem Kriegsgebiet, nicht nach der Chausseestraße in Wildau.

Es eilt. Zoschenz' Rennen gegen die Zeit ist heute nicht ganz so erfolgreich wie sonst. Er hat sich ein paarmal verzählt, nun hat er noch Plakate auf der Ladefläche, die wegmüssen. Ruhig wieder Gas, hier steht kein Blitzler, die Straßen kennt er auswendig. Er trinkt jetzt doch Kaffee, schwarz, ein großer Pappbecher von McDonald's. Wenn ihn jetzt kein Polizist aufhält, weil er ohne Gurt fährt: Dann wird alles gut. ■