



**Bernd Werse & Oliver Müller**

**Unter Mitarbeit von Christiane Bernard**

**Pilotstudie: Spice, Smoke, Sence & Co. –  
Cannabinoidhaltige Räuchermischungen: Konsum  
und Konsummotivation vor dem Hintergrund  
sich wandelnder Gesetzgebung**

**Im Auftrag des Drogenreferats der Stadt Frankfurt**

Goethe-Universität  
Institut für Sozialpädagogik und Erwachsenenbildung  
Centre for Drug Research

Frankfurt am Main, September 2009

## Inhalt

0. Zusammenfassung .....	3
1. Einleitung: Vorgeschichte, Zielsetzung und Fragestellungen .....	7
2. Erhebungsmethoden .....	9
2.1 Quantitative Auswertung aus einer repräsentativen Schülerbefragung .....	9
2.2 Experteninterviews.....	10
2.3 Qualitative Interviews mit Konsumenten .....	11
3. Erfahrungen aus der Feldarbeit .....	12
3.1 Experteninterviews.....	12
3.2 Interviews mit Konsument(inn)en .....	14
4. Ergebnisse .....	15
4.1 Sekundärauswertung der MoSyD-Schülerbefragung .....	15
4.2 Integrierte Analyse der Experteninterviews und der Interviews mit Konsumenten....	17
4.2.1 Entwicklung von Angebot und Nachfrage von Spice sowie anderen Räuchermischungen .....	18
4.2.1.1 „Eigentliche“ und „missbräuchliche“ Verwendung .....	21
4.2.1.2 Exkurs: Entwicklung des Marktes für Räuchermischungen und andere legale Substanzen nach dem Spice-Verbot .....	22
4.2.2 Charakterisierung der Spice-Kundschaft bzw. -Konsumenten .....	25
4.2.3 Subjektive Erfahrungen mit Räuchermischungen .....	28
4.2.3.1 Wirkungen, Neben- und Nachwirkungen.....	28
4.2.3.2 Beschaffenheit, Geschmack, Geruch.....	30
4.2.4 Konsummotivationen.....	31
4.2.5 Konsummuster .....	34
4.2.6 Informationen über Räuchermischungen und Bezugsquellen.....	36
4.2.7 Meinungen .....	40
4.3 Resümee .....	43
5. Literatur.....	45
Websites.....	47
Anhang 1: Leitfaden für Experten .....	48
Anhang 2: Leitfaden für Konsumenten .....	50

## 0. Zusammenfassung

Mit der vorliegenden Studie wird die erste sozialwissenschaftliche Untersuchung des Phänomens „Spice“ bzw. anderer sogenannter Räuchermischungen vorgelegt. Bei diesen im Internet und über „Headshops“ legal vermarkteten Produkten handelt es sich um getrocknete Pflanzenteile, denen in einem Großteil der Fälle synthetische Substanzen zugesetzt wurden, die eine ähnliche Wirkung wie der Cannabis-Hauptwirkstoff THC haben. Daher wurden, nachdem insbesondere Spice Ende 2008 eine große Medienpräsenz zuteil wurde, Ende Januar 2009 die ersten dieser Produkte dem BtmG unterstellt. Seitdem sind aber zahlreiche weitere Räuchermischungen auf den Markt gebracht worden, die bei Rauchkonsum offenkundig psychoaktive Wirkungen hervorrufen.

Die vorrangigen Ziele der vorliegenden Studie sind eine erste Bestandsaufnahme hinsichtlich des Ausmaßes der Verbreitung von Räuchermischungen, der Identifizierung von (potenziellen) Typen von Konsument(inn)en (Probierer und regelmäßig Konsumierende) und der Motive zum Konsum dieser Substanzen.

### Methoden

Drei unterschiedliche Methoden wurden zur Untersuchung des Phänomens verwendet. Dabei handelt es sich um ein quantitatives Erhebungsmodul sowie zwei explorative qualitative Befragungen:

1. **Sekundärauswertung einer repräsentativen Schülerbefragung in Frankfurt am Main:** Bei der 2008er Erhebung im Rahmen des lokalen Drogen-Monitoring-Projektes MoSyD wurden Fragen zur Prävalenz von Spice in den Fragebogen eingefügt, deren Resultate im Kontext anderer Drogenerfahrungen und soziodemographischer Daten detailliert ausgewertet wurden. So konnte die generelle Verbreitung der Droge unter Jugendlichen zum Zeitpunkt ihrer größten Medienpräsenz erfasst werden.
2. **Experteninterviews:** Es wurden insgesamt sechs Mitarbeiter(innen) aus sogenannten Headshops und anderen Geschäften, die Spice im Angebot hatten, mittels eines halb offenen explorativen Experteninterviews befragt. Das Erkenntnisinteresse dieser Erhebung bezog sich auf Entwicklung von Angebot und Nachfrage, den eigenen Umgang mit dem z.T. unklaren Rechtsstatus der einzelnen Substanzen, eine grobe Charakterisierung der erwachsenen Spice-Konsument(inn)en sowie mögliche Konsummotive.
3. **Qualitative Interviews mit Konsumenten:** Für die Pilotstudie wurden fünf (ausschließlich männliche) Personen befragt, die mindestens zehn Mal in ihrem Leben Spice und/oder andere Räuchermischungen konsumiert hatten. Auch hier wurde eine leitfadengestützte halb offene Interviewform verwendet, ergänzt durch einen kurzen Fragebogen. Unmittelbare Erfahrungen mit den Produkten, Konsummuster und Konsummotivationen standen hier im Mittelpunkt des Interesses. Bei der Kontaktierung der Befragten wurde das Ziel erreicht, eine gewisse Bandbreite an unterschiedlichen Konsummotiven, Konsummustern und Erfahrungen mit illegalen Drogen zu repräsentieren.

### **Verbreitung von Spice unter Jugendlichen**

6% der 15-18-Jährigen an Frankfurter Schulen haben Ende 2008 mindestens einmal Spice probiert; 3% auch im zurückliegenden Monat. Nur sehr wenige Jugendliche haben die Droge häufiger oder gar regelmäßig konsumiert. Wie bei den Prävalenzraten anderer Drogen sind die Spice-Erfahrenen überwiegend männlich. 86% sind aktuelle Raucher(innen), 88% haben Konsumerfahrungen mit Cannabis und knapp ein Viertel konsumiert häufig (mind. 10 Mal im Monat) Cannabis. Auch der Konsum anderer illegaler Drogen und Alkohol ist in dieser Gruppe überrepräsentiert. Es sind also in erster Linie die ohnehin stark rauschaffinen Jugendlichen, die Spice ausprobiert haben; bei der überwiegenden Mehrheit dieser Personen blieb es indes beim Probierkonsum.

### **Entwicklung von Angebot und Nachfrage**

Alle Geschäfte, in denen Spice angeboten wurde, hatten die Substanz bereits vor der hohen Medienpräsenz im Spätsommer 2008 im Angebot. Vor diesem Zeitpunkt war die Nachfrage sehr gering gewesen. Insbesondere mit den ersten Fernsehberichten stieg sie dann sprunghaft an, so dass zeitweise äußerst hohe Umsätze mit den Produkten erzielt wurden. Vermutlich nahezu alle Kund(inn)en konsumierten das Produkt mittels Rauchkonsum. Mit dem Verbot Ende Januar 2009 endete der „Run“ auf die Räuchermischungen. Bereits kurze Zeit später kamen (neben wirkungslosen Produkten) neue Räuchermischungen mit psychoaktiver Wirkung auf den Markt (z.B. *Sencation*, *Forest Humus* oder *Dream*), für die sich langsam wieder eine Nachfrage entwickelte, die allerdings – offenbar u.a. aufgrund der fehlenden Medienpräsenz – nur einen kleinen Teil der zuvor für Spice vorhandenen Nachfrage ausmacht.

### **Charakterisierung der Probierer(innen) und regelmäßig Konsumierenden**

Unter denjenigen, die Spice zu Hochzeiten des „Medienhype“ ausprobierten, waren auffallend viele, die sonst nicht zu den Kunden von Headshops zählen: Personen in Business-Kleidung (Anzug, Kostüm), Hausfrauen sowie ältere, „normal“ wirkende Kund(inn)en. Insgesamt wird im Unterschied zur sonstigen Kundschaft sowie zu „typischen“ Konsument(inn)en illegaler Drogen ein Altersschwerpunkt zwischen 30 und 40 vermutet, offenbar, da Jugendliche/ junge Erwachsene oft weniger Bedenken bezüglich der Illegalität von Cannabis haben und auch häufiger vom höheren Preis der Räuchermischungen abgeschreckt sind. Regelmäßige Konsument(inn)en werden überwiegend in einer Personengruppe verortet, die statt Räuchermischungen sonst regelmäßig Cannabis konsumieren würden und die Substanzen aus unterschiedlichen Gründen als Substitut benutzen: U.a. Angst um den Führerschein bzw. diesbezüglich bevorstehende Drogentests, stichprobenartige Drogenscreenings bei der Arbeitsstelle oder drogenbezogene Therapie- bzw. Eingliederungsmaßnahmen, die Drogentests beinhalten.

Die für die Pilotstudie befragten Konsumenten (zwischen 25 und 42 Jahre alt) weisen alle vergleichsweise umfangreiche Erfahrungen mit Cannabis und anderen illegalen Drogen auf, die vom weitgehend unproblematischen Freizeitkonsum bis hin zur mehrjährigen Involvement in die „offene Szene“ reichen.

### **Subjektive Erfahrungen mit Räuchermischungen**

Durchweg wird die Wirkung mit der von Cannabis verglichen; die wahrgenommenen Unterschiede zwischen beiden Drogen weichen indes voneinander ab: häufig wurde bei Räuchermischungen eine vergleichsweise weniger sedierende Wirkung wahrgenommen, mitunter aber auch das Gegenteil. Mehrfach wurden die Effekte insbesondere der teureren Spice-Varianten als im Vergleich zu Cannabis stärker bewertet, wobei diese Einschätzung auch zum Teil auf unterschiedliche Toleranzniveaus bezüglich der Wirkstoffe zurückzuführen sein könnte. Teilweise wurde über verstärkte Nachwirkungen des Konsums berichtet (Kopfschmerzen, „Kater“), ungefähr ebenso häufig wurden derartige Beschwerden aber auch als im Vergleich zu Cannabis weniger gravierend bzw. kaum vorhanden eingeschätzt. Überwiegend negativ wurden, wiederum vor allem verglichen mit Cannabis, Geruch und Geschmack der verschiedenen Produkte beurteilt. Für einige seit dem Verbot neu auf dem Markt erschienene Räuchermischungen wurde der Geschmack aber zumindest besser bewertet als für die Spice-Produkte.

### **Konsummotivationen**

Nicht überraschend ist für diejenigen, die erstmals Räuchermischungen probieren, Neugierde das mit Abstand wichtigste Motiv; dies gilt offenbar für erfahrene Nutzer illegaler Drogen ebenso wie für Personen, die sonst (fast) nie verbotene Substanzen konsumieren. Während die Expert(inn)en die Sorge vor Strafverfolgung, Führerschein- oder Jobverlust als Kardinalmotiv für den regelmäßigen Konsum von Räuchermischungen einschätzten, trifft dies nur auf zwei der befragten Konsumenten zu: einen Befragten, der wegen Auffälligkeit im Straßenverkehr Drogentests abgeben musste sowie einen weiteren, der sich besondere Sorgen darum macht, am Steuer mit Drogen „erwischt“ zu werden. Aber auch für die übrigen Befragten ist die Legalität der Droge ein durchaus wichtiges Argument für den Konsum, insbesondere aufgrund der problemlosen Beschaffung, aber auch aufgrund dessen, dass man bei etwaigen Polizeikontrollen nichts zu befürchten hat. Ansonsten ist es vor allem die als intensiv und zum Teil im Vergleich zu Cannabis sogar positiver wahrgenommene Wirkung, die als Konsummotiv genannt wird.

### **Konsummuster**

Sowohl von den befragten Konsumenten als auch den Kunden, von denen die Expert(inn)en berichten, werden Räuchermischungen praktisch ausschließlich geraucht, am häufigsten in Joints, etwas seltener in (Wasser-)Pfeifen. Das Spektrum der Konsummuster bewegt sich in einem ähnlichen Rahmen wie sie gemeinhin für Cannabis zu beobachten sind: Einer großen Zahl von Probierern steht ein relativ kleiner Anteil regelmäßig Konsumierender gegenüber, unter denen es wiederum eine kleine Gruppe gibt, die intensiv bzw. exzessiv Räuchermischungen rauchen. Ein im Vergleich zu Cannabis merklich abweichendes Abhängigkeitspotenzial lässt sich nicht ausmachen. Bei den befragten Konsumenten zeigen sich unterschiedliche Entwicklungen der Gebrauchsmuster: Zum Teil wurde die Droge parallel zu bzw. abwechselnd mit Cannabis geraucht, zum Teil als Cannabis-Substitut; ein weiterer Befragter ist bzw. war kein aktueller Cannabiskonsument. Teilweise wurden die Räuchermischungen in etwa gleichbleibender Häufigkeit konsumiert, zum Teil wurde der Konsum nach einer Phase regelmäßigen Gebrauchs auch wieder reduziert oder eingestellt.

## Informationen über Räuchermischungen und Bezugsquellen

Den Beobachtungen zur Entwicklung der Nachfrage zufolge hat die überwiegende Mehrheit derer, die Spice ausprobierten, erstmals über die Medien von den wirksamen Räuchermischungen erfahren. Regelmäßig Konsumierende informieren sich offenbar häufig via Internetforen und Internetshops über Wirkungen, Marktlage und mögliche Risiken der einzelnen Produkte. Je nach verwendeten Informationsquellen herrscht aber bei vielen Konsument(inn)en ein gewisses Maß an Verwirrung bezüglich Inhaltsstoffen und Wirkungen; so existiert z.B. offenbar bei einem Teil der Kundschaft die Auffassung, dass die auf der Packung angegebenen Kräuter etwas zu den psychoaktiven Effekten beitragen.

Räuchermischungen werden offenbar etwa zu gleichen Teilen über Internethändler und Headshops bezogen. Während erstere zumeist günstigere Preise bieten, wird der Vorteil der Ladengeschäfte, neben der unmittelbaren Verfügbarkeit, darin gesehen, dass für den Kauf keine persönlichen Daten weitergegeben werden müssen. Allerdings sind die Mitarbeiter(innen) der Headshops häufig sehr zurückhaltend, was die konkrete Verkaufsberatung angeht, da die Räuchermischungen nicht offiziell als rauchbare Droge gehandelt werden.

## Meinungen

Der Mehrzahl der aktuell Konsumierenden scheint es gleichgültig zu sein, dass synthetische Substanzen für die psychoaktiven Wirkungen von Spice verantwortlich sind; nur vereinzelt wurden Bedenken bezüglich möglicher Folgeschäden geäußert. Als weitaus gravierender für die eigene Person wurde das Spice-Verbot bewertet, da es für viele Konsument(inn)en die zumindest vorübergehende Einstellung ihres Konsums zur Folge hatte (weshalb es kurz vor dem Verbot regelrechte Hamsterkäufe gegeben hatte). Für die Zukunft wird von der Mehrzahl der Befragten erwartet, dass das „Katz-und-Maus-Spiel“ zwischen Gesetzgeber und Räuchermischungs-Herstellern zumindest noch eine ganze Weile weitergehen wird, da es noch zahlreiche bislang legale Substanzen gibt, die als Wirkstoff in Frage kommen.

## Fazit

Insbesondere durch die Medienberichterstattung über Spice wurde offenbar eine hohe Zahl unterschiedlicher Personen dazu motiviert, Räuchermischungen auszuprobieren. Zum aktuellen Zeitpunkt konsumiert nur noch eine vergleichsweise kleine Gruppe von Personen derartige Produkte. Diese Personen, häufig mittleren Alters, substituieren mit den Räuchermischungen entweder wegen rechtlicher Bedenken den Konsum von Cannabis oder integrieren die Droge als Ergänzung des Spektrums unterschiedlicher Substanzen in ihre Konsummuster. Die legale Erhältlichkeit war dabei ein wichtiges Argument für den Konsum.

## 1. Einleitung: Vorgeschichte, Zielsetzung und Fragestellungen

Mit dieser Pilotstudie werden die ersten sozialwissenschaftlich erhobenen Erkenntnisse über den Konsum der sogenannten „Räuchermischung“ „Spice“<sup>1</sup> veröffentlicht. Mit Spice und seinen Nachfolgeprodukten hat sich seit dem Jahr 2008 eine bemerkenswerte Entwicklung im Spannungsfeld legaler und illegaler psychoaktiver Substanzen vollzogen. Diese Produkte werden als Räucherwerk verkauft, stets mit dem Hinweis, nicht für einen irgendwie gearteten Konsum bestimmt zu sein. Tatsächlich werden diese Produkte aber vermutlich weit überwiegend ähnlich wie Cannabis in Joints oder (Wasser-)Pfeifen geraucht. Die Hersteller behaupten, dass es sich um eine allenfalls aromatisierte Mischung aus verschiedenen Kräutern handle. Spice, produziert von einer englischen Firma („The Psyche Deli“), war dabei das erste Produkt, das in dieser Weise, mit einer bunten Verpackung versehen, seit 2006 über „Headshops“ und Internethandel vermarktet wurde. Über einen längeren Zeitraum hinweg erlangte das Präparat offenbar lediglich in eng umgrenzten Kreisen über Mundpropaganda und Internetforen langsam eine etwas höhere Aufmerksamkeit unter potenziellen Konsument(inn)en. Ab Mitte 2008 berichteten zahlreiche deutsche Medien über die wachsende Popularität von Spice, das zu diesem Zeitpunkt bereits in drei verschiedenen Wirkstärken (Spice Silver, Gold und Diamond), später auch noch in zwei weiteren Variationen (Arctic Synergy und Tropical Synergy) erhältlich war. Nach einigen erfolglosen Versuchen, die in den Produkten enthaltenen wirksamen Stoffe zu identifizieren, entdeckte schließlich das Frankfurter Pharmaunternehmen THC-Pharm (im Auftrag des Frankfurter Drogenreferats) den Wirkstoff JWH-018 in Spice-Proben (Steup 2008). Dabei handelt es sich um einen Stoff aus der Pharmaforschung, der an denselben Rezeptoren wie der Cannabis-Hauptwirkstoff THC wirkt und bislang nur wenig erforscht ist (vgl. Huffman et al. 2005). Später wurde durch ein Freiburger Labor mit CP-47,497 noch eine weitere synthetische, „cannabinoidmimetische“ Substanz (vgl. Weissman et al. 1982) nachgewiesen (Auwärter et al. 2009). Per Eilverordnung verbot die Bundesgesundheitsministerin am 22.1.2009 die beiden Stoffe und damit auch das Handelsprodukt Spice in allen Variationen sowie seine Nachahmerprodukte Smoke, Sence und Yucatan Fire (BMG 2009). Einige andere sogenannte Räuchermischungen blieben jedoch legal. Teilweise handelte es sich dabei augenscheinlich um wirkungslose Präparate (z.B. das offensichtliche Spice-Plagiat Space), anderen hingegen wurde in Internetforen wiederum eine cannabisähnliche Wirkung zugeschrieben. Seither sind zahlreiche weitere Räuchermischungen auf dem Markt erschienen, von denen offenbar ein erheblicher Teil eine tatsächliche psychoaktive Wirkung hervorruft; in einigen dieser Produkte wurden auch bereits andere synthetische cannabinoidmimetische Substanzen nachgewiesen (EMC-DDA 2009).

Die Autoren dieser Studie wurden im Rahmen der im Auftrag des Drogenreferats der Stadt Frankfurt durchgeführten lokalen Drogen-Monitoring-Studie MoSyD erstmals Ende 2007 auf das Spice-Phänomen aufmerksam (Werse et al. 2008): Die Vertreterin für den „Headshop“-Bereich aus dem Erhebungsmodul Trendscout-Befragung berichtete (etwa ein Dreivierteljahr vor dem Einsetzen des „Medienhypes“) erstmals über eine langsam steigende

---

<sup>1</sup> Zwecks besserer Lesbarkeit werden sowohl der Markenname „Spice“ als auch andere Markennamen sowie die Bezeichnung „Räuchermischung“ im Folgenden ohne Anführungsstriche geschrieben.



Nachfrage für Spice, was damit begründet wurde, dass mit Spice erstmals ein legales rauchbares Pflanzenprodukt mit deutlicher Wirkung auf dem Markt sei. Zwar waren zuvor andere Kräutermischungen erhältlich, die als Tabak- oder teilweise auch Cannabisersatz gehandelt wurden, nach deren Konsum sich aber offenbar zumeist keinerlei psychoaktive Effekte einstellten.

Ziel dieser Pilotstudie ist einerseits eine grobe Abschätzung des Ausmaßes der Verbreitung von Spice (vor dem Verbot) und anderen Räuchermischungen (insbesondere nach dem Spice-Verbot). Des Weiteren wurden Erkenntnisse darüber gesammelt, welche Charakteristika „typische“ Probierer(innen) sowie regelmäßige Konsument(inn)en dieser Produkte aufweisen und welche Motivationen für den Gebrauch von Räuchermischungen vorliegen. Die konkreten Fragestellungen lauten dabei:

- Wie viele Jugendliche wurden vom „Hype“ um die Substanz beeinflusst; wie viele haben „Spice“ probiert und wie viele regelmäßig konsumiert? Handelt es sich dabei um Jugendliche mit oder ohne anderweitige Erfahrungen mit illegalen Drogen? Lassen sich weitere (z.B. soziodemographische) Charakteristika dieser Gruppe von Jugendlichen herausarbeiten?
- Wie stellt sich generell das Spektrum der (potenziellen) Konsument(inn)en von „Spice“ und anderen Räuchermischungen dar?
  - Handelt es sich eher um Jugendliche, junge oder ältere Erwachsene?
  - Welche sonstigen Spezifika sind zu beobachten (z.B. hinsichtlich sozialer Herkunft oder (Lebens-) Stil)?
- Was sind die wesentlichen Konsummotivationen? Im Einzelnen:
  - Werden Räuchermischungen von Personen konsumiert, die sonst keine illegalen Substanzen nehmen (würden)? Werden somit durch die Bekanntheit von „Spice“ ganz neue Nutzerkreise zum Gebrauch psychoaktiver Substanzen motiviert?
  - Werden Räuchermischungen von Personen als Cannabis-Substitut verwendet, die rechtliche Probleme aufgrund von illegalem Drogenkonsum haben (etwa: Führerscheinprobleme)?
  - Oder werden Räuchermischungen eher von (potenziellen) Cannabiskonsument(inn)en konsumiert, die generell lieber eine legale Alternative zum illegalen Haschisch bzw. Marihuana suchen (etwa, um mögliche rechtliche Probleme von vorneherein auszuschließen)? – Dies hätte ggf. zur Konsequenz, dass sich im Zuge des Spice-Verbots wiederum mehr Konsument(inn)en den klassischen Cannabisprodukten (oder aber anderen als wirksam empfundenen und nach wie vor legalen Räuchermischungen) zuwenden.
- Was sind die Kriterien, nach denen sich Konsument(inn)en (vor und nach dem Verbot) für oder gegen ein bestimmtes Produkt entscheiden (z.B. erwartete Wirkung, Preis, Geschmack, Konsumierbarkeit in unterschiedlichen Applikationsformen)?
  - Wie werden generell die Wirkungen sowie andere Eigenschaften der einzelnen Substanzen beschrieben?
- Wie informieren sich (potenzielle) Konsument(inn)en über Verfügbarkeit und Wirkung der einzelnen Produkte? Woher beziehen sie in erster Linie die Räuchermischungen?



Diese Pilotstudie bildet die Grundlage für eine umfangreichere, durch das Bundesministerium für Gesundheit finanzierte Folgestudie (Werse 2009), mit Hilfe derer weitere Erkenntnisse über Konsummotivationen und die Entwicklung der Verbreitung von Räuchermischungen gesammelt werden sollen.

## 2. Erhebungsmethoden

Die in diesem Bericht präsentierten Ergebnisse wurden mittels drei Teilstudien erhoben. Dabei handelt es sich um die Sekundärauswertung einer quantitativen Studie (repräsentative Schülerbefragung) sowie zwei explorative qualitative Interviewerhebungen.

### 2.1 Quantitative Auswertung aus einer repräsentativen Schülerbefragung

In den Fragebogen der Schülerbefragung, die jährlich im Rahmen des vom Drogenreferat der Stadt Frankfurt finanzierten lokalen Drogen-Monitoring-Projektes „MoSyD“ (aktuell: Werse et al. 2009) durchgeführt wird, wurde für die Erhebung im November und Dezember 2008 ein Fragemodul zur Prävalenz von „Spice“ eingefügt. Befragt wurden Schülerinnen und Schüler der 10.-12. Klasse an allgemein bildenden Schulen sowie des 1.-3. Ausbildungsjahres an Berufsschulen in Frankfurt; Schwerpunkt der Auswertung ist die Altersgruppe der 15-18-Jährigen. Die Stichprobe wurde nach Alter, Geschlecht und Schultyp gemäß den Angaben des statistischen Landesamtes gewichtet. Insgesamt wurden im Jahr 2008 1507 Schüler(innen) befragt (bereinigte, gewichtete Stichprobe: n=1464). Die Teilstichprobe der 15-18-Jährigen rekrutiert sich aus insgesamt 1029 Personen. Bezüglich weiterer Spezifika der Erhebungsmethodik und der Stichprobe (sowie der aktuellen Ergebnisse) vgl. Werse et al. 2009.

In dem insbesondere für diese Studie eingefügten Fragemodul wurde die Lifetime- und 30-Tages-Prävalenz sowie die Konsumhäufigkeit in den entsprechenden Zeiträumen erfragt<sup>2</sup>. Somit kann einerseits ein Überblick über die generelle Konsumerfahrung sowie den aktuellen und häufigeren Konsum der Substanz unter Jugendlichen gewonnen werden, andererseits werden die Konsumerfahrungen mit den übrigen Befragten im Hinblick auf den Konsum anderer legaler und illegaler Drogen sowie soziokulturelle Determinanten verglichen. Zu beachten ist dabei, dass die Erhebung zu einem Zeitpunkt erfolgte, als die Medienpräsenz von Spice ihren Höhepunkt bereits erreicht hatte, so dass vermutlich ein erheblicher Teil der Befragten bereits von der „neuen Droge“ gehört hatte. Gleichzeitig war noch nicht bekannt, welche Stoffe für die psychoaktive Wirkung des Produktes verantwortlich sind, weshalb auch ein mögliches Verbot (das nur kurze Zeit später in Kraft gesetzt wurde) noch nicht in der Diskussion war. Es ist daher zu vermuten, dass die Befragung etwa zeitgleich mit dem Höhepunkt der Verbreitung von Spice erfolgte.

<sup>2</sup> „Wie oft haben Sie bisher in Ihrem Leben eine „Spice“-Kräutermischung geraucht? (z.B. SPICE-Gold®, -Silver® oder -Diamond®)“ – Die Antwortmöglichkeiten beziehen sich auf Lifetime- und 30-Tages-Prävalenz.

Wenn in der Darstellung der Resultate dieses Erhebungsmoduls (4.1) von Signifikanz (abgekürzt Sig.) die Rede ist, betrifft dies die mittels diverser gängiger statistischer Kennzahlen (insbesondere  $\chi^2$  und ANOVA) ermittelte Sicherheit, dass der ermittelte Unterschied bei einer Fragestellung nicht auf Zufallsschwankungen beruht. Diese Signifikanz ist durch Sternchen wiedergegeben. Unabhängig davon, welches statistische Testverfahren angewandt wurde, bedeutet \* stets eine 95%ige Sicherheit, \*\* eine 99%ige Sicherheit und \*\*\* eine 99,9%ige Sicherheit des ermittelten Unterschieds. Die Abkürzung „n.s.“ bedeutet „nicht signifikant“, d.h. die gefundenen Unterschiede können auf Zufallsschwankungen zurückzuführen sein.

## 2.2 Experteninterviews

Während Modul 1 einen quantitativen Überblick über die Verbreitung von Spice unter Jugendlichen bietet, dient dieses Erhebungsmodul einer qualitativen, explorativen Annäherung an das zu untersuchende Feld. Dafür wurden sechs qualitative Experteninterviews mit Mitarbeiter(inn)en von Headshops bzw. Geschäften, in denen „Spice“ und/ oder andere Räuchermischungen verkauft werden bzw. wurden, durchgeführt. Neben einem kurzen standardisierten Fragebogen wurde für das Interview ein Leitfaden für ein offenes Interview erstellt (s. Anhang 1). Schwerpunkte der darin enthaltenen Fragestellungen waren die grundsätzliche Charakterisierung der (sporadischen wie regelmäßigen) Kund(inn)en von Räuchermischungen, die Entwicklung von Angebot und Nachfrage von Spice und anderen Produkten sowie mögliche Motive für den Konsum der einzelnen Mischungen. Darüber hinaus wurden die Interviewpartner(innen) nach ihrer Meinung zu Räuchermischungen, dem Verbot von Spice sowie zu ihrer Einschätzung der weiteren Entwicklung gefragt.

Die verwendete Interviewform entspricht am ehesten dem explorativen Experteninterview (Bogner/ Menz 2005). Entsprechend der Prämisse qualitativer Forschung, die Methoden am Gegenstand auszurichten, finden sich aber auch Elemente von Key-Person-Interviews, bei denen eine Person stellvertretend für eine größere Anzahl von Personen spricht.. Erstmals in der Drogenforschung verwendet wurde diese Interviewform im Rahmen des Antenne-Projekts in Amsterdam (aktuell: Benschop et al. 2009, vgl. auch Korf et al. 1998). Im von den Autoren dieser Studie durchgeführten lokalen Drogen-Monitoring-Projekt MoSyD wird diese Interviewart in Form der „Trendscout-Befragung“ seit 2002 erfolgreich eingesetzt (Werse et al. 2009).

Die für diese Studie durchgeführten Experteninterviews fanden zwischen Mitte April und Anfang Mai 2009 statt, also rund drei Monate nach dem Verbot von Spice. Somit kann davon ausgegangen werden, dass die Erinnerung der Befragten an die Zeit, in der Spice legal erhältlich war, noch relativ „frisch“ gewesen sein dürfte. Die Interviewlänge bewegte sich zwischen 35 und 80 Minuten. Den Expert(inn)en wurde jeweils eine Aufwandsentschädigung von 30 Euro gezahlt, wobei dieser Geldbetrag während der Interviewanbahnung nicht in den Vordergrund gestellt wurde, um das monetäre Interesse nicht zur Hauptmotivation werden zu lassen.

## 2.3 Qualitative Interviews mit Konsumenten

Insbesondere zur näheren Erforschung der Konsummotivationen, des Konsumverhaltens sowie der etwaigen Zusammenhänge des Gebrauchs von Räuchermischungen mit dem Konsum anderer Drogen wurden fünf qualitative Interviews mit Konsumenten geführt. Diese Befragung fokussierte auf aktuelle bzw. zumindest ehemals regelmäßige Konsument(inn)en von Räuchermischungen, wozu ein Mindestkriterium von zehn Konsumsituationen angelegt wurde. Dieser Selektivität liegt die Annahme zugrunde, dass zahlreiche Probierkonsument(inn)en (insbesondere Personen mit Konsumerfahrungen mit Cannabis, ggf. auch anderen illegalen Drogen) die Substanz nur einmal bzw. wenige Male aus Neugierde versucht haben. Generell ist die Neugierde als eine Art Kardinalmotiv für das Ausprobieren einer Droge zu betrachten (vgl. z.B. Werse et al. 2009); für einen großen Teil der „Probierer“ bleibt diese Neugierde aber relativ unbedeutend, da sie nach einzelnen Konsumexperimenten den Drogengebrauch wieder einstellen. Derartige Personen sind für die qualitative Erforschung des Spice-Konsums weniger interessant, da sie vermutlich nur wenig über weitere Motive außer der Neugierde berichten können<sup>3</sup>.

Es wurde sich darum bemüht, dass die Interviewpartner exemplarische Typen unterschiedlicher Spice-Konsumierender darstellen; dass sie mithin ein gewisses Spektrum im Hinblick auf Alter und vorherige Erfahrungen mit illegalen Drogen repräsentieren, um somit im Sinne des explorativen Anspruchs dieser Studie auch in dieser Hinsicht möglichst einen ersten Überblick über das zu untersuchende Feld bieten zu können.

Die Form des Interviews wie auch Leitfaden und Fragebogen wurden entsprechend der Ergebnisse der vorherigen Internetrecherche und der Zwischenergebnisse aus den Experteninterviews am Gegenstand ausgerichtet bzw. angepasst. Die verwendete Interviewform entspricht in seinen Grundzügen dem qualitativen „fokussierten Interview“ (Merton/ Kendall 1993). Der Fokus, um den sich das weitgehend frei geführte Interview zentriert, ist in diesem Fall der eigene Konsum von Spice und anderen Räuchermischungen, die Motive hierfür und die etwaige Einbindung in anderweitigen Drogenkonsum. Um die Konsumerfahrungen und Konsummuster mit den einzelnen Produkten auch quantitativ erfassen zu können sowie zur Erfassung grundlegender soziodemographischer Daten wurde zusätzlich zum Interviewleitfaden ein kurzer Fragebogen erstellt (Leitfaden: s. Anhang 2). Gute Erfahrungen mit ähnlichen Befragungsformen hatte das CDR zuvor im Rahmen anderer Studien gemacht (Kemesies 2004, Zurhold/ Müller 2007). Die Interviews fanden zwischen Ende Mai und Ende Juni statt und dauerten zwischen 40 und 70 Minuten. Den befragten Konsumenten wurde jeweils eine Aufwandsentschädigung von 50 Euro gezahlt. Die Befragten erhielten diese relativ hohe Vergütung, um nach Möglichkeit die Interviewbereitschaft für den auf eine relativ kurze Spanne beschränkten Erhebungszeitraum zu erhöhen. Zudem war das Interview für die Konsumenten zumeist mit mehr Aufwand verbunden als für die Expert(inn)en: Während letztere ausschließlich in ihren Ladengeschäften aufgesucht wurden, fanden die Konsumenteninterviews überwiegend in den Büroräumen des CDR statt.

---

<sup>3</sup> Eine Sonderauswertung der Daten aus der MoSyD-Schülerbefragung ergab z.B. für die maximal zweimaligen Cannabis-Probierer, dass sämtliche abgefragten Motive für den Drogenkonsum außer „Neugierde“ und „etwas Neues/ Aufregendes erleben“ weitaus geringere Zustimmungsraten erzielen als bei denjenigen, die über häufigere Konsumerfahrungen verfügen.

Die Experten- und Konsumenteninterviews wurden nach dem Modell der qualitativen Inhaltsanalyse (Mayring 1995) mit Hilfe des Auswertungsprogramms MAXQDA integriert ausgewertet.

### **3. Erfahrungen aus der Feldarbeit**

#### **3.1 Experteninterviews**

Hauptsächliche Intention für die Durchführung der Experteninterviews war – wie in 2.2 angedeutet – die Erwartung, durch den „Schlüsselpersonen“- bzw. Multiplikator-Status dieser Personen zumindest einen groben Überblick über die Entwicklung von Angebot und Nachfrage von Räuchermischungen vor der hohen Medienpräsenz, während des „Medienhypes“ Ende 2008 sowie seit dem Spice-Verbot Anfang 2009 zu erhalten. Zudem waren Erkenntnisse über unterschiedliche Konsumententypen zu erwarten.

Die Kontaktierungsbemühungen erwiesen sich als überwiegend erfolgreich und positiv. In einem Fall wurde dabei auf einen bestehenden Kontakt aus der MoSyD-Trendscout-Studie (Werse et al. 2009) zurückgegriffen, in zwei weiteren Fällen wurden Interviewpartner aus anderen Geschäften über eine bereits befragte Person weitervermittelt. Für die restlichen Interviews wurde „Kaltakquise“ über Telefon oder den direkten Besuch eines entsprechenden Ladengeschäftes betrieben. Lediglich zwei der so angesprochenen Händler(innen) bzw. Mitarbeiter(innen) lehnten es ab, zu Räuchermischungen befragt zu werden. Nach den erfolgreich durchgeführten Interviews wurde hingegen vereinzelt die Sorge geäußert, im Nachhinein identifiziert werden zu können; hierbei wurden etwaige negative Konsequenzen aufgrund der zum Teil unklaren Rechtslage befürchtet (insbesondere was die explizite oder nicht-explizite Beratung zu Konsum und Wirkung von Räuchermischungen betrifft). Daher wird im Folgenden darauf verzichtet, Alter und Geschlecht der Befragten zu nennen. Zudem werden keine näheren Informationen über die beteiligten Geschäfte angegeben. An dieser Stelle sei lediglich erwähnt, dass es sich bei den sechs Läden entweder um sogenannte Headshops handelt oder aber um andere Geschäfte, die zumindest zeitweise Spice und/oder andere Räuchermischungen im Programm hatten und die sich in Frankfurt oder anderen Städten des Rhein-Main-Gebiets befinden. Alle Interviews wurden von einem Mitarbeiter, Bernd Werse, durchgeführt. So lag die Erkundung des Räuchermischungs-Einzelhandels in der Region in der Hand einer Person, die sich diesem Thema in einem begrenzten Zeitraum intensiv widmete, was u.a. Vorteile im Hinblick auf die Weitervermittlung von Interviewpartner(inne)n brachte. In früheren Studien zum Themenbereich hatte sich erwiesen, dass ein persönlicher Charakter der Kontaktierungsbemühungen häufig von Nutzen sein kann.

Bereits die erste für dieses Studienmodul kontaktierte Person konnte mit einer Überraschung aufwarten: Es handelte sich um den Inhaber eines Headshops, in dem weder Spice noch andere Räuchermischungen verkauft worden waren. Begründet wurde dies mit ethisch-moralischen Motiven: Solange nicht bekannt war, welche Wirkstoffe in welcher Dosierung für die Wirkung verantwortlich sind, wollte der Betreffende die Substanz nicht ins Programm aufnehmen. Dennoch entschieden wir uns dafür, ein Interview zu führen, da die Person – wie auch später der Vertreter eines anderen Ladens, der kein Spice verkauft hatte – darüber

berichtete, dass zumindest in der „Hochzeit“ der starken Medienpräsenz von Spice jeden Tag zahlreiche Kund(inn)en nach Spice fragten. Daher konnten diese Befragten zumindest über die grundsätzlichen Charakteristika von Spice-Probierer(inne)n und regelmäßig Konsumierenden, teilweise auch über Konsummotive Aussagen machen. Die Beobachtungen dieser Personen ergänzten durch ihren deutlich kritischen Blickwinkel auf das Thema auch die den geschäftlichen Interessen entsprechend gelegentlich positiv gefärbten Aussagen der Händler(innen), die Räuchermischungen verkauf(t)en. Ein weiteres Geschäft hatte bereits vor dem Spice-Verbot wegen schlechter Erfahrungen und ethischer Bedenken den Verkauf von Räuchermischungen eingestellt. Somit hatten lediglich drei der sechs beteiligten Läden zum Zeitpunkt des Interviews derartige Produkte im Angebot.

Fünf der sechs Interviews fanden im jeweiligen Geschäft statt: Bei zwei Befragten wurde der Interviewtermin etwa eine Stunde vor Öffnung des Ladens vereinbart, bei einem kurz nach der Schließung, ein weiterer Befragter wurde in einem Nebenraum befragt und ein Interviewpartner hatte zuvor glaubhaft versichert, dass zur vereinbarten Zeit „wenig los“ sei und daher das Gespräch einigermaßen ungestört während der Öffnungszeiten stattfinden könne. Ein weiteres Interview fand in der Privatwohnung der befragten Person statt. Durch die Intervieworte konnte der Interviewer insbesondere bei den beteiligten Headshops Eindrücke bezüglich des Angebots sammeln: Diejenigen, die noch Räuchermischungen im Angebot hatten, hatten diese jeweils in einer nicht besonders exponierten Glasvitrine bzw. einem verglasten Ladentisch ausgestellt. Lediglich in einem Fall wurde auch im Schaufenster (relativ dezent) auf die Produkte hingewiesen. Somit nahmen Räuchermischungen keine optisch auffällige Position im Angebot der Geschäfte ein; dominiert wurde die Szenerie zumeist durch diverse Utensilien zum Cannabiskonsum wie z.B. Wasserpfeifen/„Bongs“, Zigarettenpapier oder „Blunt Wraps“ (zumeist aromatisierte, überwiegend für den Cannabiskonsum verwendete Tabak-Deckblätter), daneben auch Cannabis bezogene Dekorationsobjekte, Bücher und Zeitschriften, Shishas mitsamt Zubehör und zum Teil auch Kleidung. Die meisten der Läden hatten zudem – in unterschiedlichem Ausmaß – Zubehör zum „Indoor“-Anbau von Marihuana (Lampen, „Grow-Schränke“, Erde, Dünger etc.) im Angebot.

Die Aussagen der Interviewpartner(innen) wirkten durchweg glaubhaft und zumeist auch reflektiert, beispielsweise bezogen auf die Kund(inn)en von Räuchermischungen und deren Motive. Hierbei fiel es den Befragten aber zuweilen schwer, zwischen Probierer(inne)n und regelmäßig Konsumierenden zu unterscheiden, und auch die Schätzung der Anteile bestimmter zentraler Merkmale der entsprechenden Kund(inn)en (Geschlecht, Alter, sozialer Hintergrund) wurde oftmals als schwierig beurteilt. Dadurch, dass hierzu Aussagen von sechs verschiedenen Personen (bzw. Perspektiven) vorliegen, ist aber anzunehmen, dass sich mögliche „Färbungen“ der entsprechenden Aussagen zu einem wesentlichen Teil gegenseitig aufheben.

Trotz eines zum Teil sehr ausgeprägten Wissens über die Thematik zeigten sich oftmals Unsicherheiten und Unklarheiten, gerade angesichts der aktuellen rechtlichen Situation bei Räuchermischungen. So äußerte einer der Befragten zu Beginn des Interviews starke Bedenken, überhaupt etwas zu Wirkung und Inhaltsstoffen auszusagen, da den Ladenmitarbeiter(inne)n auch eine entsprechende Konsumerberatung für Kund(inn)en angesichts des offiziellen Status der Produkte als „Räucherwerk“ eigentlich nicht gestattet sei. Daher sprach diese Person zunächst z.B. auch von „Duftentfaltung“ anstelle von „Wirkung“ – diese Vorbe-



halte legten sich im Verlauf des Interviews aber weitgehend. Weitgehende Unklarheit herrschte verständlicherweise auch über die Inhaltsstoffe der aktuell erhältlichen Räuchermischungen – hier konnten mehrere Befragte Schreiben von Herstellern, z.T. auch externen Labors vorweisen, in denen bestätigt wurde, dass zumindest die am 22.1.2009 dem BtmG unterstellten Substanzen im jeweiligen Produkt *nicht* enthalten seien. Letztlich konnten aber alle drei Befragte, die noch Räuchermischungen im Angebot hatten, relativ klar einschätzen, mit welchen der Produkte eine Wirkung erzielt werden kann und mit welchen nicht (siehe auch 4.2.1/ 4.2.1.2).

Vereinzelt wurden auch Bedenken dahingehend geäußert, dass die Ergebnisse ihrer Interviews „gegen sie verwendet“ werden könnten, insofern, als die noch legal erhältlichen Räuchermischungen zukünftig illegalisiert werden könnten. Allerdings schien diese Befürchtung (die immerhin teils deutliche Umsatzeinbußen zur Folge haben könnte) dadurch wieder abgemildert zu werden, dass keine(r) der Befragten mit der bestehenden Situation zufrieden zu sein schien – alle Interviewpartner(innen) vertraten die Auffassung, dass ihnen eine wie auch immer geartete Legalisierung von Cannabis weitaus lieber wäre als die „Substitution“ der illegalen Droge durch Räuchermischungen.

### 3.2 Interviews mit Konsumenten

Für dieses Erhebungsmodul wurde zunächst einer vielfach insbesondere in der ethnographischen Forschung angewandten Rekrutierungsmethode nachgegangen, die auch in Studien des Centre for Drug Research mehrfach praktiziert wurde: Die Kontaktierung von Interviewpartner(inne)n über persönliche Verbindungen, die im Idealfall Verweisketten im Sinne des „snowball sampling“ (Waldorf/ Biernacki 1981) hervorbringt. Dabei fragen die Projektmitarbeiter(innen) Student(inn)en, Personen aus dem erweiterten Bekanntenkreis sowie teilweise auch über die berufliche Tätigkeit bekannte Personen, inwiefern diesen möglicherweise Räuchermischungs-Konsument(inn)en bekannt sind. Wie in 3.1 angesprochen, hat sich gezeigt, dass gerade der persönliche Charakter der Kontaktierung große Vorteile bezüglich der Interviewbereitschaft mit sich bringen kann. Dies gilt auch für den Konsum der legal erhältlichen Räuchermischungen, zumal sich bei allen Befragten zeigte, dass der Gebrauch in einer irgendwie gearteten Beziehung zu ihren Konsumerfahrungen mit illegalen Drogen steht.

Da die erste ‚Welle‘ der Kontaktierungsversuche nur sehr wenige konkrete Interviewkontakte ergab (im Unterschied etwa zu den Versuchen aus der ‚UMID‘-Studie, sozial integrierte Konsument(inn)en illegaler Drogen zu finden; vgl. Kemmesies 2004), veröffentlichte das CDR zum einen Aufrufe in diversen Internetforen und Blogs (pierre-markuse.de, drogenforum.us, hanfverband.de, legal-ziehen.tk). Zum anderen wurden die Projektmitarbeiter durch Mitarbeiter(innen) der ambulanten Drogenhilfe darauf aufmerksam gemacht, dass auch unter der Klientel niedrigschwelliger Hilfseinrichtungen Räuchermischungs-Konsument(inn)en zu finden seien. Daher wurde in einer großen Frankfurter Drogenhilfeeinrichtung ein entsprechender Aushang platziert. Derselbe Aushang wurde auch in der Universität ausgehängt.

Von den fünf für die Pilotstudie Interviewten wurden letztlich drei über persönliche Kontakte von wissenschaftlichen Hilfskräfte rekrutiert, einer über die Vermittlung eines der zuvor

befragten Headshop-Mitarbeiter (s. 3.1) und einer über den Aushang in der Drogenhilfeeinrichtung. Voraussichtlich wird unter den für die Folgestudie (Werse 2009) Rekrutierten ein wesentlich größerer Anteil über Aushänge und Internet-Aufrufe kontaktiert.

Im Unterschied zur Expertenbefragung wurden die Interviews von vier verschiedenen Mitarbeitern des CDR durchgeführt. Wie in den Ergebnisteilen deutlich wird, weisen die Interviewpartner ein sehr unterschiedliches Maß an Konsumerfahrungen und vor allem auch Wissen über Spice und andere Räuchermischungen auf, und auch die Motivation zum Gebrauch der Produkte unterscheidet sich zum Teil deutlich. Insofern wurde das in 2.2 formulierte Ziel, im Sinne exemplarischer Repräsentanz ein gewisses Spektrum an Konsumententypen zu befragen, offensichtlich erreicht. Alle im Rahmen dieser Pilotstudie Befragten sind männlich – innerhalb des Erhebungszeitraumes konnte keine einzige Frau gefunden werden, die das Mindestkriterium bezüglich des Konsums von Räuchermischungen erfüllt hätte.

## 4. Ergebnisse

### 4.1 Sekundärauswertung der MoSyD-Schülerbefragung<sup>4</sup>

6% der 15-18-Jährigen an Frankfurter Schulen (n=66) haben zum Zeitpunkt der Erhebung (November/ Dezember 2008) mindestens einmal in ihrem Leben eine Spice-Räuchermischung konsumiert, 3% auch in den zurückliegenden 30 Tagen (n=28). Dabei gab es nur vereinzelt Personen, die die legale Droge häufiger oder regelmäßig geraucht haben. Lediglich 1% der Befragten (n=12) haben die Substanz bislang mehr als 5 Mal in ihrem Leben konsumiert und können somit als etwas erfahrenere Konsument(inn)en gelten (nur 6 Personen und damit weniger als 1% haben mehr als 10 Mal Spice konsumiert und fallen damit in eine gängige Definition von „erfahrenen Konsument(inn)en“). Der vergleichsweise hohe Anteil von Jugendlichen mit 30-Tages-Prävalenz unter jenen, die mindestens einmal Spice probiert haben (43% derer mit Lifetime-Prävalenz) ist vermutlich darauf zurückzuführen, dass die Popularität der Substanz zum Zeitpunkt der Befragung gerade einen Höhepunkt erreicht hatte und viele der Betroffenen in den zurückliegenden 30 Tagen zum ersten Mal Spice konsumiert hatten.

Zwischen den Altersjahren zeigen sich keine nennenswerten Unterschiede; zumindest zeichnet sich keine lineare Korrelation ab. Die signifikante Differenz bei der 30-Tages-Prävalenz ist auf höhere Werte für die 16- und 18-Jährigen im Vergleich zu den 15- und 17-Jährigen zurückzuführen (s. Tab. 1). Zum Vergleich sind auch die Werte für die nicht zur Hauptzielgruppe der MoSyD-Studie gehörenden über 18-Jährigen in 10.-12. Klassen bzw. 1.-3. Ausbildungsjahren enthalten (Durchschnittsalter: 20,9 ± 2,1). Wie in Tabelle 1 abzulesen, unterscheiden diese sich nur marginal von den Gesamtzahlen der 15-18-Jährigen; in älteren Jahrgängen sind also weder mehr noch weniger Konsumerfahrungen mit Spice zu beobachten.

<sup>4</sup> Dieser Abschnitt ist in Teilen identisch mit dem entsprechenden Abschnitt aus dem MoSyD-Jahresbericht (Werse 2009: 67f.).



Tabelle 1: Spice – Lifetime- und 30-Tages-Prävalenz sowie mehr als 5maliger Konsum (%) in der Altersgruppe 15- bis 18-Jährige nach Altersjahrgängen (allgemein bildende Schulen und Berufsschulen in Frankfurt am Main); zusätzlich angegeben: Anteile für die über 18-Jährigen<sup>a</sup>

	15-Jährige	16-Jährige	17-Jährige	18-Jährige	Sig. <sup>b</sup>	<b>Gesamt (15-18-J.)</b>	19 Jahre und älter
Lifetime	4	8	4	9	n.s.	<b>6</b>	6
30 Tage	1	3	1	5	**	<b>3</b>	2
Lifetime > 5 Mal	0	1	2	1	n.s.	<b>1</b>	1

<sup>a</sup> Da für die Hauptzielgruppe der 15-18-Jährigen eine andere Gewichtung verwendet wurde als für die Gesamtstichprobe, in der auch Ältere enthalten sind, ist die Gesamtzahl sowie die Signifikanz bezogen auf Differenzen zwischen Altersjahrgängen lediglich für die 15-18-Jährigen angegeben.

<sup>b</sup> Statistische Signifikanz des beobachteten Unterschieds (siehe 2.1)

Im Folgenden werden einige weitere Spezifika der 15-18-Jährigen, die mindestens einmal Spice konsumiert haben, dargelegt. 71% aus dieser Gruppe sind männlich; damit ergibt sich eine ähnliche quantitative Verteilung zwischen den Geschlechtern wie bei zahlreichen Lifetime-Prävalenzraten für illegale Drogen (z.B. Lifetime-Prävalenz Cannabis: 67%; zusammengefasste „harte Drogen“: 80%). Keine signifikanten Unterschiede zeigen sich bei der Verteilung nach Schulformen; an Berufsschulen, Gymnasien und anderen allgemein bildenden Schulen liegen in etwa gleichem Maße Konsumerfahrungen mit der sogenannten Räuchermischung vor. Auch hinsichtlich der Religionszugehörigkeit zeigen sich keine Unterschiede. Allerdings bleiben Spice-Erfahrene offenbar häufiger der Schule fern als ihre Altersgenossen: 86% (gegenüber 59% bei allen 15-18-Jährigen) haben mindestens an einem Tag im Vormonat gefehlt (\*\*\*). Auch der Notendurchschnitt ist mit 2,7 ( $\pm 0,8$ ) etwas schlechter als bei allen Befragten (2,4  $\pm 0,8$ ; \*\*). Hier ist indes zu beachten, dass diverse aktuelle Konsument(inn)en legaler oder illegaler Drogen jeweils einen etwas schlechteren Notendurchschnitt sowie auch häufiger Fehltag aufweisen – insofern unterscheiden sich die Spice-Erfahrenen kaum von anderen Jugendlichen, die eine tendenziell höhere Drogen- bzw. Rauschaffinität aufweisen.

Was den Substanzkonsum betrifft, so scheinen zumindest für die vorliegende Stichprobe Erfahrungen mit dem Rauchen eine nahezu notwendige Bedingung für das Ausprobieren von Spice zu sein: Nur einer der 66 Spice-erfahrenen 15-18-Jährigen hatte noch nie zuvor Tabak konsumiert. 86% aus dieser Gruppe haben auch im letzten Monat Tabak geraucht (im Vergleich zu 39% bei allen 15-18-Jährigen). Auch im Hinblick auf Cannabis gibt mit 88% eine große Mehrheit der Spice-Probierer(innen) eine mindestens einmalige Konsumerfahrung an (Gesamt: 33%), 64% haben auch im letzten Monat Haschisch oder Marihuana geraucht (Gesamt: 13%) und 23% (Gesamt: 3%) haben dies in diesem Zeitraum auch mehr als 10 Mal getan. Diese Zusammenhänge überraschen kaum, da Spice in Medien, Internetforen u.a. in erster Linie als legale Alternative zu Marihuana diskutiert wurde. Aber auch Konsumerfahrungen mit „harten Drogen“ sind unter Spice-Erfahrenen stark überrepräsentiert: 64% haben mindestens eine illegale Droge außer Cannabis probiert (Gesamt: 12%), und 26% (Gesamt: 4%) haben auch im letzten Monat eine derartige Substanz konsumiert. Lediglich 9% der Spice-Probierer(innen) hatten zuvor weder Cannabis noch irgendeine andere illegale Droge konsumiert (Gesamt: 66%), und 33% haben in den zurückliegenden 30 Tagen keine

illegalen Drogen genommen (Gesamt: 86%). Alle in diesem Abschnitt genannten Zusammenhänge sind auf 99,9%-Niveau signifikant (\*\*\*)

Offenbar ist also eine Probierbereitschaft für Spice unter Jugendlichen nicht nur nahezu zwangsläufig mit Erfahrungen mit dem Rauchen verknüpft, sondern auch mit Abstand am deutlichsten unter denjenigen ausgeprägt, die ohnehin eine hohe Affinität zu illegalen Substanzen haben. Darüber hinaus scheint in dieser Gruppe auch generell eine höhere Bereitschaft zu berauschenden Substanzen zu bestehen, wie der Blick auf zwei Kennzahlen hinsichtlich des Alkoholkonsums nahe legt: So waren 67% der Spice-Erfahrenen im Vormonat mindestens einmal betrunken (gesamt: 48%; \*\*) und 30% haben in den zurückliegenden 30 Tagen mehr als 10 Mal Alkohol getrunken (gesamt: 14%, \*\*\*). Ein deutlicher Zusammenhang ist auch bei den zusammengefassten riskanten Konsummustern mit psychoaktiven Substanzen zu beobachten: 32% derer mit Spice-Lifetime-Prävalenz sind „Risikokonsument(inn)en“<sup>5</sup> im Vergleich zu 7% insgesamt (\*\*\*).

Betrachtet man die kleine Gruppe derer mit 30-Tages-Prävalenz von Spice, so zeigen sich nahezu alle oben angeführten Korrelationen mit anderweitigem Substanzkonsum in noch stärkerer Ausprägung. So waren z.B. 82% aus dieser Gruppe im Vormonat mindestens einmal betrunken, ebenfalls 82% haben in den letzten 30 Tagen Cannabis und 42% andere illegale Drogen konsumiert. Lediglich 14% haben in den zurückliegenden 30 Tagen gar keine illegalen Drogen genommen.

In der Zusammenschau dieser Resultate lässt sich festhalten, dass diejenigen Jugendlichen, die Spice ausprobiert haben oder aktuell konsumieren, in allen Schulformen in etwa gleichem Maße zu finden sind. Praktisch alle aus dieser Gruppe haben schon einmal geraucht, teilweise große Mehrheiten finden sich für Konsumerfahrungen mit Cannabis und anderen illegalen Drogen, aktuellen Tabakkonsum sowie aktuelle Erfahrungen mit dem Rauschtrinken. Jugendliche, die mindestens einmal Spice probiert haben, weisen also weit überwiegend eine hohe Probierbereitschaft für illegale Drogen und/oder eine generell hohe Rauschaffinität auf. Insofern deuten die vorliegenden Daten kaum darauf hin, dass mit den sogenannten Räuchermischungen gänzlich neue Kundenkreise für berauschende Substanzen erschlossen wurden. Gerade die vergleichsweise geringen Zahlen für wiederholten und regelmäßigen Konsum deuten darauf hin, dass zwar ein gewisser Anteil der drogenaffinen Jugendlichen ein oder mehrere Male Spice ausprobierte, darüber hinaus die Substanz in dieser Gruppe aber praktisch keine Rolle spielte.

## 4.2 Integrierte Analyse der Experteninterviews und der Interviews mit Konsumenten

Da sich die Themenschwerpunkte der Experten- und Konsumenteninterviews stark überschneiden, erfolgt die Darstellung der Resultate beider qualitativer Interviewerhebungen im

---

<sup>5</sup> Diese Einstufung orientiert sich an vier verschiedenen Kriterien: a) häufiger und intensiver Alkoholkonsum (mindestens 20 Mal im Vormonat und mindestens 6 Konsumeinheiten bei der letzten Konsumgelegenheit), b) intensiver (täglicher) Cannabiskonsum, c) aktueller und mehrmaliger Konsum mindestens einer „harten Droge“ (mindestens eine Substanz wenigstens 3 Mal im Vormonat) und d) Erfahrungen mit einer sogenannten „Junkie-Droge“, die über reinen Probierkonsum hinausgehen (Heroin und/oder Crack mindestens 3 Mal im Leben). Wenn mindestens eines dieser Kriterien erfüllt ist, wird der/die Betreffende als Risikokonsument(in) eingestuft.

Folgenden in integrierter Form. Dieser Ergebnisteil ist thematisch gegliedert: Die jeweiligen Abschnitte folgen zum Teil den in den Leitfäden und Fragebogen formulierten, auf vorheriger Recherche basierenden inhaltlichen Kategorien, zum größeren Teil den sich bei der Auswertung abzeichnenden Zwischenergebnissen. Einzelne thematische Schwerpunkte enthalten dabei (nahezu) ausschließlich Ergebnisse aus einer Befragtengruppe (4.2.1, 4.2.5); zumeist aber konnten sowohl Expert(inn)en als auch Konsumenten etwas zum jeweiligen Gegenstand beitragen. Der Aufbau dieses Ergebnisteils folgt tendenziell einer ‚deduktiven‘ Vorgehensweise: Von allgemeinen Einschätzungen über die Entwicklung von Angebot und Nachfrage sowie einer überblicksartigen Einschätzung der „typischen“ Spice-Klientel bewegt sich die Analyse über subjektive Erfahrungen mit Räuchermischungen hin zu den individuellen Konsummotiven und Konsummustern, um sich abschließend Wissen- und Meinungsfragen zu widmen.

#### 4.2.1 Entwicklung von Angebot und Nachfrage von Spice sowie anderen Räuchermischungen

Um einen Eindruck zu erhalten, wie sich sowohl das Angebot als auch die Nachfrage von Spice seit der Markteinführung entwickelt hat, wurden die Expert(inn)en gefragt, ob und seit wann sie Spice bzw. andere Räuchermischungen im Angebot hatten und wie sich der Umsatz im Lauf der Zeit entwickelt hat.

Wie in 3.1 erwähnt, gaben von den insgesamt sechs befragten Expert(inn)en vier an, dass Spice sowie andere Produkte zumindest eine Zeitlang in ihren Läden verkauft wurde. Die Räuchermischungen wurden jeweils eineinhalb bis zwei Jahre vor dem Verbot erstmalig angeboten. Allerdings berichten die Expert(inn)en auch übereinstimmend, dass die Nachfrage zu Beginn äußerst gering war: *„Wir waren die ersten in Frankfurt, also ungefähr anderthalb Jahre vor dem Verbot hatten wir's im Programm, allerdings war die Resonanz absolut gering“*. Der Kundenkreis beschränkte sich also zunächst offensichtlich auf einige wenige Personen: *„Da hatten wir so'n Stammkundenkreis von zehn Leuten, die das gekauft haben“*. Die Nachfrage scheint sich dann bis etwa September 2008 kaum verändert zu haben, allenfalls wurde teilweise eine leichte Steigerung beobachtet.

Dies änderte sich erst mit dem Beginn der Medienberichterstattung über Spice, insbesondere den ersten Fernsehberichten im September 2008: *„Also bis September war's sehr sehr wenig, und ab September, seitdem der erste Bericht kam bis zum Verbot... hat das richtig geboomt, vier Monate, knapp“*. Übereinstimmend berichten die Expert(inn)en von dem plötzlichen Anstieg des Interesses und der sprunghaft gestiegenen Nachfrage kurz nach der Ausstrahlung der ersten Berichte. Dies betraf auch die Headshops, die Spice nicht in ihrem Angebot hatten: *„Das ging eigentlich recht schnell, innerhalb von ein, zwei Wochen, wir hatten locker fünf bis zehn Anrufe. Pro Tag. Und das ging dann wirklich wochenlang, also bis in den Januar, bis sie es verboten haben.“*. Dementsprechend wird von den Expert(inn)en auch die mediale Berichterstattung maßgeblich für die Änderung der Nachfrage verantwortlich gemacht: *„Bevor die Medien das aufgegriffen haben, war da überhaupt keine Resonanz, man konnte die Kunden wirklich an einer Hand abzählen, die da kamen, die es wussten. Aber nachdem die Medien das aufgegriffen haben, war natürlich ein totaler Run darauf.“* Die übereinstimmende Auffassung, dass ohne die starke mediale Präsenz der Thematik die Entwicklung möglicherweise auch einen anderen Verlauf hätte nehmen können, illustriert die

folgende Aussage: *„Aber der Hauptgrund, warum es so geboomt hat, war der Fernsehbericht. Wäre das nicht gewesen, wäre das kein Thema, da hätte sich's von alleine totgelaufen.“* Ein Experte merkt zu der Darstellung in den Medien an, dass nicht nur über die Substanz und deren missbräuchliche Verwendung berichtet wurde, sondern auch konkrete Hinweise zu Benutzung gegeben wurden, was seiner Meinung nach für den Anstieg des Interesses mitverantwortlich gemacht werden kann: *„es wurde ja auch im Fernsehen mitgeteilt: Es wird nicht geräuchert, nein, es wird geraucht, und dann wird so ein Joint in die Kamera gehalten, es wird also auch noch eine Bedienungsanleitung mitgeliefert“.*

Wie erwähnt, bemerkten auch die zwei Expert(inn)en, die kein Spice verkauften, den Anstieg des Interesses: *„Obwohl ich es nie verkauft habe, hatte ich zwischen 50 und 100 Mann pro Tag in meinem Laden stehen“.* Während die anderen Befragten vermutlich zufrieden mit dem zeitweise erhöhten Umsatz waren, sorgte dieser Andrang bei diesen Expert(inn)en stellenweise für Unmut; eine der beiden Personen klagte darüber, wie häufig pro Tag entsprechende Anfragen beantwortet werden mussten: *„Ich bin froh, dass der Spuk ein Ende hat, also wirklich. Das war schon ein bisschen nervlich belastend. Ich hab' genau gewusst, wenn das Telefon geklingelt hat – bei mir klingelt das Telefon nur ab und zu, ein paar Mal am Tag – aber da hat das ständig geklingelt, manchmal, und ich hab genau gewusst, ich hab' schon abgehoben und gesagt „Hab' kein Spice“ statt „Hallo, wer ist da“. Und es war fast immer ein Treffer.“*

Um das Ausmaß der Nachfrage einschätzen zu können, wurden die Expert(inn)en, die Spice verkauften, nach dem Umsatz in Spitzenzeiten gefragt. Erwartungsgemäß wurde auf diese Frage kein konkreter Geldbetrag genannt oder Aussagen zum Gewinn gemacht, allerdings wurden zum Teil Angaben zu den veränderten Verkaufszahlen gemacht, die einen Hinweis auf die Umsätze zulassen: *„Wie das der Renner war, also richtig in war, da hab ich pro Tag so 20, 30 Päckchen verkauft. Ich wusste aber auch von Shops, die haben 400 - 500 Päckchen am Tag verkauft“.* Ein weiterer Befragter berichtete darüber, dass der betreffende Shop zu dieser Zeit etwa drei Viertel seines Umsatzes mit Räuchermischungen bestritt. Ein anderer Experte sagte bezüglich der Umsatzentwicklung: *„Bevor dieser Werbespot war, war es wirklich wenig, vielleicht drei Gramm pro Monat. Nach dem Werbespot hatten wir 30 - 100 Gramm am Tag“.* Dieses Zitat verdeutlicht darüber hinaus noch einmal, welche wichtige Bedeutung offenbar der Darstellung in den Medien zukommt: Dem Experten unterläuft hier eine Art „Freudscher Versprecher“, indem er die Fernsehberichterstattung unabsichtlich als „Werbespot“ bezeichnet. Gerade angesichts des beobachteten plötzlichen starken Anstieges der Nachfrage kann also davon ausgegangen werden, dass die zahlreichen Medienberichte, für die zumeist ein abschreckender Charakter zumindest intendiert war, tatsächlich sehr konkret als Werbung für die Räuchermischungen funktioniert haben. Dass die Verbotsdiskussion im Zusammenhang mit der Berichterstattung und auch das Verbot an sich das Interesse bei einigen Personen noch befördert haben könnte, verdeutlicht folgende Aussage: *„Richtig der Renner ist es erst geworden, als es verboten wurde. Äh... nachdem drüber berichtet wurde, und man das Verbot angestrebt hat“.* Bei einigen regelmäßigen Konsument(inn)en löste die Nachricht über das bevorstehende Verbot einen regelrechten „Kaufrausch“ aus, der von einem Befragten angesichts des hohen Umsatzes sehr positiv aufgenommen wurde: *„Also, wie das zu Ende ging, die haben gekauft, wie... also auch auf Vorrat. Also, das war schon ne Supersache. Meinetwegen hätte das laufen können bis in alle Ewigkeit.“* Ähnliche Beobach-

tungen wurden von einem weiteren Befragten gemacht: *„Da ist noch mal ein Run drauf losgegangen, die Leute haben versucht, die Restbestände aufzukaufen.“* Ein anderer Experte begründete diese zusätzlich erhöhte Nachfrage eher mit einer höheren Zahl von Probierwilligen: *„Vor dem Verbot war's noch mal extrem, da kamen wirklich alle Leute, auch Leute, die noch nie gekifft haben, nur um das einmal auszuprobieren. Weil sie wussten, das wird jetzt verboten, und sie wollten's doch einmal getestet haben.“*

Bei vielen (potenziellen) Konsument(inn)en dauerte es offenbar eine Weile, bis sie vom Verbot der Substanz erfuhren: *„Manche haben es gar nicht mitbekommen, die kamen noch zwei Monate später und wollten Spice haben. Die waren total überrascht.“* Teilweise wurde in diesem Zeitraum auch nach dem unerlaubten Verkauf von Spice gefragt: *„Das hat sich noch bis Mitte, Ende Februar hingezogen, dass die Leute noch vereinzelt reinkamen... „Habt ihr noch, vielleicht unter der Theke, oder.. gibt's da noch ne Möglichkeit.““*

Es lässt sich also festhalten, dass bis zur verstärkten Berichterstattung im September 2008 der Kundenkreis überschaubar war. Mit den Berichten in den Medien, die zum Teil konkrete Gebrauchsanweisungen enthielten und in denen Spice als legaler Cannabisersatz dargestellt wurde, stieg der Umsatz bis zum Verbot deutlich an. Die Diskussion um ein mögliches Verbot von Spice könnte den Umsatzanstieg noch zusätzlich befördert haben. Ähnliche Effekte der Medienberichterstattung wurden in der Vergangenheit für diverse „Wellen“ anderer legaler und illegaler Drogen (z.B. Klebstoffschnüffeln oder Methamphetamin) diskutiert (vgl. Brecher 1972, MacDonald/ Estep 1985, Jenkins 2007).

Übereinstimmend berichteten die Expert(inn)en, dass abgesehen von den oben genannten „Nachzüglern“ in der Zeit nach der BtmG-Änderung weitgehende Ruhe im Hinblick auf die Nachfrage nach Räuchermischungen herrschte. Dies wurde mit der weitgehenden Wirkungslosigkeit der zu diesem Zeitpunkt noch erhältlichen Produkte begründet: *„Direkt nach dem Verbot, die neuen Sachen, waren ja ganz schlimm. Da haben viele dann direkt aufgehört... und das war vielen auch noch halt zu schwach. Erst jetzt durch das Sencation und Dream, das ist ungefähr wie Spice Gold.“* Die genannten Produkte gehörten, ebenso wie die etwa zur gleichen Zeit erstmals erhältlichen Mischungen Forest Humus und Scope, offenkundig zu den ersten auf dem deutschen Markt erhältlichen wirksamen Produkten nach dem Spice-Verbot (siehe 4.2.1.2). Diese Produkte, wie auch die in der Folgezeit neu eingeführten Räuchermischungen, erreichen offenbar bei weitem nicht mehr die Nachfrage, die, unterstützt durch die Medienberichte, bei Spice zu beobachten war. Der Experte, der davon sprach, dass das betreffende Geschäft zeitweise bis zu 75% des Umsatzes mit Spice erzielte (s.o.), schätzte den entsprechenden Anteil der „neuen Räuchermischungen“ aber immerhin noch auf 20-25%. Die übrigen Befragten machten hierzu keine konkreten Angaben, räumten aber jeweils ein, dass es durchaus eine Klientel für diese Produkte gäbe, die im Unterschied zum „Spice-Boom“ aber zu einem großen Teil aus regelmäßig Konsumierenden und weniger aus Probierer(inne)n bestehe. Es gibt also augenscheinlich nach wie vor einen Markt für psychoaktive Räuchermischungen, dessen Größe aber nur schwer abzuschätzen ist. Den Angaben der Expert(inn)en zufolge ist die Gruppe der (potenziellen) Kund(inn)en aber seit dem Umsatzeinbruch nach dem Verbot aber tendenziell wieder angewachsen.

Was das Angebot zum Zeitpunkt der Expertenbefragung betrifft, so verkaufte eines der drei Geschäfte, die (noch) Räuchermischungen im Angebot hatten, nur einige Produkte, die



zu diesem Zeitpunkt offenbar zu den beliebtesten zählten (Sencation, Forest Humus, Dream, Chill X und Chill Out; siehe auch 4.2.1.2), während die beiden anderen darüber hinaus noch andere als wirksam beurteilte Produkte im Angebot hatten (Scope, Smok, Escelle, Zohai). Außerdem verkauften diese beiden Ländern zusätzlich Räuchermischungen, für die sie freimütig einräumten, dass diese keine Wirkung hätten (Highdi's Almdröhner, Space, Hanfl, Bull Titan, Tasty Egypt) sowie auch „Cultured Weed“ – ein pflanzliches Produkt, das optisch getrocknete Marihuanablüten imitieren soll, aber ebenfalls offenbar keine Wirkung aufweist. Die betreffenden Expert(inn)en machten dabei nur teilweise Angaben dazu, weshalb diese Produkte ins Programm aufgenommen wurden; häufig war ihnen schlichtweg vor der Bestellung des Produktes nicht bekannt, inwiefern das jeweilige Produkt eine psychoaktive Wirkung aufweist. Dies belegt wiederum das hohe Maß an Verwirrung, die im Laufe des Jahres 2009 um den sich stetig wandelnden Markt für Räuchermischungen entstanden ist (siehe 4.2.1.2).

#### **4.2.1.1 „Eigentliche“ und „missbräuchliche“ Verwendung**

Spice ebenso wie vergleichbare Produkte wurden als „Räuchermischungen“ in den Handel gebracht, die angeblich zur Beduftung der Raumluft dienen sollten – offenbar, um in den einzelnen Absatzländern dieser Produkte, in denen unterschiedliche gesetzliche Regelungen hinsichtlich Drogen, Arzneimitteln und Tabakprodukten vorliegen, rechtlichen Problemen bezüglich der rauschorientierten Verwendung dieser Mischungen möglichst aus dem Weg zu gehen. Die für diese Studie kontaktierten Expert(inn)en wurden gefragt, inwiefern von Kund(inn)en und Verkäufer(inne)n offen ausgesprochen wurde, dass die Räuchermischungen auch zum Rauchkonsum genutzt werden und ob es Kund(inn)en gibt, die die Produkte auch im angeblich „eigentlichen“ Sinne verwenden, also verräuchern.

Aus den Interviews geht hervor, dass offenbar von der Mehrzahl der Kund(inn)en der Rauchkonsum offen angesprochen wird: *„Ich glaube, dass die Leute das rauchen, auch wenn da Räuchermischung oder was weiß ich, Badeszusatz, drauf steht. Die rauchen das, die wissen schon, um was es geht.“* Allerdings lässt sich den Interviews ebenfalls entnehmen, dass die Verkäufer(innen) zum Teil erhebliche Probleme haben, mit dieser missbräuchlichen Verwendung im Kundengespräch umzugehen, da auch sie die Produkte eigentlich nur als Räuchermischungen verkaufen und keine Tipps zur rauschorientierten Verwendung geben dürfen: *„Die fragen also ganz direkt, und ich sag dann immer, ich darf das nicht so sagen“* (siehe auch 3.1). So zeigt sich dann auch bei einigen Expert(inn)en eine gewisse Verärgerung, dass eine Verbraucherberatung oder gar ein Verbraucherschutz unter diesen Bedingungen nicht möglich ist: *„In der Form, in der Spice auf den Markt gekommen ist, dass der den Händlern die Inhaltsstoffe verschwiegen hat, keinerlei Dosierungsempfehlung gegeben hat, keinerlei Jugendschutz stattgefunden hat, sprich eine Altersangabe drauf, dafür sollte der Typ lange wegkommen. Im Endeffekt war Spice nichts anders als Psychopharmaka zum Rauchen, und ich finde, ein Konsument hat in dem Fall das Anrecht drauf, zu erfahren, was drin ist“*. Hinweise, dass Kund(inn)en die Produkte im „eigentlichen“ Sinne verwenden, also verräuchern, fanden sich kaum. So scheint der sehr hohe Preis der Produkte nicht gerade zum Verräuchern einzuladen: *„Ich glaube, das hat bei uns noch nie jemand gekauft, um das zu verräuchern, Räuchermittel sind dann doch wesentlich günstiger“*. Darüber hinaus scheint Spice für die Anwendung als Räucherwerk ohnehin eher ungeeignet: *„Wir haben das selbst*

*mal versucht, es zu verräuchern, das hat gar nicht funktioniert. Das hat gar nicht geglimmt.“* Wenngleich der „eigentliche“ Gebrauch also offensichtlich die Ausnahme bilden dürfte, berichtet zumindest ein Experte: *„Das gab's schon, da gab's tatsächlich Leute, vor allem im gesetzten Alter ein paar, das waren auch Damen, 40, 50 Jahre alt, die das tatsächlich veräuchert haben“.*

Trotz dieser offensichtlichen Ausnahmen bleibt festzuhalten, dass der weitaus größte Teil der Kund(inn)en die Räuchermischung augenscheinlich zum Rauchkonsum gekauft hat und dies auch häufig im Verkaufsgespräch zum Ausdruck gebracht wurde. Für den Verkäufer oder die Verkäuferin stellte sich allerdings das Problem, dass sie ihre Kundschaft in Bezug auf die „missbräuchliche“ Verwendung nicht beraten konnten, zum einen aus rechtlichen Gründen, zum anderen aus Unkenntnis über Inhaltsstoffe und Wirkstoffmenge. Insofern führt also gerade die Umgehungstaktik der Hersteller, die es ihnen überhaupt ermöglicht, die Produkte legal auf den Markt zu bringen, zum einen dazu, dass (potenziellen) Konsument(inn)en die Art und Menge der enthaltenen Wirkstoffe nicht bekannt werden (insbesondere bei den seit dem Verbot auf den Markt gekommenen Produkten; s. 4.2.1.2). Zum anderen dürfen diejenigen, die Räuchermischungen verkaufen, keinerlei Tipps zu Konsum, Wirkung, Dosierung etc. geben. Allerdings brachten mehrere der Expert(inn)en im Laufe des Interviews dann doch relativ unmissverständlich zum Ausdruck, dass sie durchaus mit Kund(inn)en auch über Wirkungen der Produkte redeten, und sei es leicht verklausuliert, etwa nach dem Muster *„dieses hier wird gerne genommen“* oder *„das hier ist von der Duftentfaltung her das Stärkste“*.

#### **4.2.1.2 Exkurs: Entwicklung des Marktes für Räuchermischungen und andere legale Substanzen nach dem Spice-Verbot**

Dieser Abschnitt ist deshalb als Exkurs gekennzeichnet, weil sich die Erkenntnisse nicht auf Resultate der Befragungen beziehen (weitere Erkenntnisse über Angebot und Nachfrage nach der Änderung des BtmG auf Basis der Experteninterviews finden sich in Abschnitt 4.2.1). Im Folgenden werden einige Erkenntnisse aus einer unsystematischen, parallel zu den Erhebungen durchgeführten Internetrecherche wiedergegeben.

Neben Internetforen, die sich generell mit dem Thema Drogen beschäftigen (z.B. [www.land-der-traeume.de](http://www.land-der-traeume.de), [www.drogen-forum.us](http://www.drogen-forum.us)), wurden Spice und andere Räuchermischungen spätestens seit der großen Medienaufmerksamkeit auch in diversen Blogs thematisiert (etwa: [www.pierre-markuse.de](http://www.pierre-markuse.de), [www.hanfverband.de](http://www.hanfverband.de)). Zudem kann anhand von bestehenden Internetshops (Headshops, „Legal High“-Shops) wie auch zahlreichen neu gegründeten spezialisierten Internethändlern (u.a. [www.spiceladen.de](http://www.spiceladen.de), [www.spice-store.de](http://www.spice-store.de), [www.smoke-world.info](http://www.smoke-world.info), [www.spice-nice.de](http://www.spice-nice.de), [http://herbal-store.de](http://http://herbal-store.de), [www.weedstore.de](http://www.weedstore.de), [www.rauchpalast.de](http://www.rauchpalast.de)) die Entwicklung des Angebotes an entsprechenden Produkten beobachtet werden. Vor allem aber entstanden diverse themenspezifische Internetseiten, in denen zum Teil ausgiebig über Erfahrungen mit Räuchermischungen berichtet wird; dies betrifft die Websites [www.spiceblogger.de](http://www.spiceblogger.de), [www.legal-ziehen.tk](http://www.legal-ziehen.tk), [www.spice-alternative.com](http://www.spice-alternative.com), insbe-



sondere aber [www.spice-portal.net](http://www.spice-portal.net) bzw. [www.spice-forum.net](http://www.spice-forum.net)<sup>6</sup>. Die beiden letztgenannten Internetseiten gehören zum selben Betreiber, der sich von mehreren unterschiedlichen Internethops sponsern lässt (die Websites sind auch direkt mittels zahlreicher Links miteinander verknüpft). Hier finden sich offenkundig die umfangreichsten Informationen über Räuchermischungen. Mehrere Mitarbeiter(innen) führen regelmäßig Selbsttests mit diversen Räuchermischungen wie auch anderen Produkten (s.u.) durch und geben ihre Erfahrungen wieder. Gleichzeitig ist man darum bemüht, keine Informationen oder Vermutungen über mögliche Inhaltsstoffe weiterzugeben, vermutlich, da man befürchtet, dass man sonst selbst zu einem baldigen Verbot der Produkte beitragen könnte. Forennutzer(innen), die auch nur Fragen in diese Richtung stellen, werden umgehend ermahnt. Zudem hat sich bei den Erfahrungsberichten ein verklausulierter Jargon entwickelt, mit dem allerdings nur halbherzig, oft in einem vermeintlich humoristischen Ton, vermieden wird, vom direkten absichtlichen (Rauch-) Konsum der Substanzen zu sprechen. Ein häufig verwendetes Muster ist z.B. die Geschichte, dass eine Räuchermischung versehentlich entzündet wird, woraufhin der Betreffende den Rauch ebenfalls versehentlich einatmet. Zum Jargon der regelmäßigen Foren-Mitarbeiter(innen) gehört darüber hinaus die Verwendung von Begriffen aus den Science-Fiction-Romanen bzw. -Filmen „Dune“ (deutsch: „Der Wüstenplanet“), da es in diesen Erzählungen eine mächtige bewusstseinsverändernde Droge mit dem Namen „Spice“ gibt (die vermutlich auch das Namensvorbild für die sogenannte Räuchermischung war). So werden Nutzer der Seite grundsätzlich als „Fremen“ und „Bene Gesserits“ (jeweils eine männliche und eine weibliche Personengruppe aus dem Romanzyklus) angesprochen, und häufig ist von „fremischen“ Produkten, Empfindungen etc. die Rede.

Bereits am 29.1.09, also eine Woche nach dem Spice-Verbot, war auf [www.spice-alternative.com](http://www.spice-alternative.com) die Schlagzeile „Neue Spice-Alternativen auf dem Vormarsch?!“ zu lesen, und eine weitere Woche später gab es an gleicher Stelle mit *Scope* die erste „neue“ wirksame Räuchermischung auf dem Markt zu vermelden, in den Geschmacksrichtungen „Vanilla“, „Wildberry“ und „Sex on the Beach“. Diese Einteilung in unterschiedliche Aromen findet sich auch bei diversen später auf dem Markt erschienenen Produkten, etwa *Sencation*, das das seit Ende Januar illegale *Sence* ersetzte („Blackberry“ und „Vanilla“). Der Verwirrung bzw. Unsicherheit unter den potenziellen Konsument(inn)en zuträglich war dabei offenbar der Umstand, dass jeweils nicht alle „Geschmacksrichtungen“ eines Produktes auch die gleiche Wirkung aufwiesen. Zum Zeitpunkt kurz nach dem Verbot herrschte Forumseinträgen zufolge ohnehin eine große Verwirrung innerhalb dieser Szene, da bereits zuvor diverse gänzlich wirkungslose Räuchermischungen auf den Markt gekommen waren, deren Preis dem von Spice und anderen wirksamen Präparaten durchaus ähnlich war (s. 4.2.1). Daher dauerte es offenbar eine Weile, bis sich innerhalb dieser „Internet-Community“ herauskristallisierte, welche der neuen „Spice-Alternativen“ wirksam sind. Ende Februar wurde das als Pflanzendünger deklarierte *Forest Humus* auf den Markt gebracht, etwa einen Monat später *Sencation*. Diese drei Produkte (*Scope*, *Forest Humus* und *Sencation*) waren gemeinsam mit dem schon vor dem Verbot erhältlichen *Chill X* augenscheinlich die im Frühjahr 2009 am weitesten verbreiteten Räuchermischungen auf dem deutschen Markt, bevor im Mai das ebenfalls zumeist als wirksam eingeschätzte und in der Folgezeit offenbar vergleichsweise beliebte

<sup>6</sup> Alle im Folgenden angegebenen konkreten Informationen und Zitate stammen von den drei letztgenannten Websites im Zeitraum zwischen Ende Januar und Ende August 2009.

*Dream* herausgebracht wurde. Im Anschluss daran waren dann nahezu im Wochenrhythmus Meldungen über neue Räuchermischungen in den diversen Foren nachzulesen, die zum Teil als wirksam eingeschätzt wurden (teilweise auch nur von manchen Konsument(inn)en), zum Teil aber auch nicht. Ohne Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben, sind im Folgenden die Namen der zumindest teilweise als wirksam eingestuftten weiteren Räuchermischungen in der ungefähren Reihenfolge ihrer Markteinführung wiedergegeben: *Chill Out, Smok, Smoke XX bzw. XXX, Escelle, Bombay Blue, Nirwana, Joker, Flash, Ikarus, Magic Eyes, Cybernautics Vanilla, Clover Summer Breeze, King B, 69, Sence 2nd Edition, Blend*. Darüber hinaus wurden bei Internetshops immer wieder neue als wirkungslos oder zumindest nahezu wirkungslos empfundene Räuchermischungen angeboten.

Bereits im April 2009 wurde das zuvor offenbar relativ beliebte *Scope* aus unbekanntem Gründen wieder vom Markt genommen; die Rechte gingen an eine andere Firma über, die offenbar in ähnlicher Verpackung ein wirkungsloses Produkt herausbrachte. Im Juli 2009 wurde *69* (bzw. *Sixtynine*) noch als die zu dieser Zeit am stärksten wirksame Räuchermischung diskutiert, die angeblich auch die höchsten Verkaufszahlen bei Internetshops erzielte. Etwas mehr als einen Monat später war es ebenfalls aus unerfindlichen Gründen in keinem Internetshop mehr erhältlich. Wiederum einige Wochen später war es wieder verfügbar, nach Aussage eines Forennutzers aber in anderer Optik und mit schwächerer Wirkung. Ein anderer Konsument merkte in einem Forum an, dass „man sich an die kurzen Produktzyklen wohl gewöhnen“ müsse, ohne dabei allerdings eine Vermutung für die Gründe zu liefern.

Insgesamt zeigt sich, dass sich der Markt für Räuchermischungen in stetiger Bewegung befindet. Nur wenige Produkte werden offenbar über einen längeren Zeitraum in etwa gleichbleibender Qualität angeboten, wobei offen bleiben muss, ob es sich hierbei um eine Verschleierungstaktik der Hersteller bezüglich der enthaltenen Inhaltsstoffe handelt, ob dies mit Spezifika der Herstellung im Zusammenhang steht oder welche Gründe hierfür sonst eine Rolle spielen.

Abschließend sei an dieser Stelle erwähnt, dass etwa parallel zur Markteinführung der Nachfolgeprodukte von Spice, die augenscheinlich zumeist Wirkungen von Cannabis imitieren sollen, auch Produkte auf den Markt kamen, deren Wirkungen etwa vergleichbar mit anderen illegalen Drogen, insbesondere Kokain, Ecstasy und Amphetamin, sein sollen. Diese Produkte werden in vielen der Räuchermischungs-Internet-Shops vertrieben, und auch in zwei der in den Experteninterviews berücksichtigten Läden waren derartige Produkte erhältlich; die Wirkungen werden u.a. auf den auf Räuchermischungen spezialisierten Internetseiten diskutiert. Die offenbar Ecstasy nachahmenden Pillen (z.B. *Doves, Diablo, Exotix Super Strong*) werden zumeist als Pflanzendünger angeboten, die Pulver (z.B. *Charge+, Buzz Powder, Star Dust*) überwiegend als „Badesalz“; darüber hinaus gibt es flüssige Substanzen, die ähnlich wie die Räuchermischungen als „Room odorizer“ gehandelt werden (z.B. *Exposition, Alegria Citrus*). Zu vermuten ist auch bei diesen Produkten, dass die teils als ausgesprochen stark beschriebenen Wirkungen auf synthetische, bislang wenig bekannte Stoffe zurückzuführen sind (ähnlich wie es vor der BtmG-Änderung im Januar 2008 (BMG 2008) legal erhältliche Tabletten mit dem dann verbotenen Wirkstoff Benzylpiperazin/ BZP gab). Auch über Konsum und Konsument(inn)en dieser Produkte liegen bislang keine sozialwissenschaftlichen Erkenntnisse vor – es wäre wünschenswert, wenn auch zu diesen Produkten eine explorative Studie durchgeführt werden könnte.

#### 4.2.2 Charakterisierung der Spice-Kundschaft bzw. -Konsument(inn)en

Wie in 3.1 erwähnt, war es manchmal schwierig, angesichts der Expertenaussagen zur Spice-Kundschaft zu differenzieren, ob Probierer(innen) oder regelmäßig Konsumierende gemeint waren. Da zu einem späteren Zeitpunkt des Interviews explizit nach den regelmäßigen Konsument(inn)en gefragt wurde, ist aber davon auszugehen, dass mit den generellen Aussagen über Grundcharakteristika die Gesamtgruppe der Kund(inn)en von Räuchermischungen, also insbesondere zur Hochzeit der Medienpräsenz auch ein hoher Anteil von Probier(inne)n, gemeint ist.

Im Vergleich zur übrigen Kundschaft von Headshops sowie zum generellen Altersschwerpunkt beim Konsum illegaler Drogen (vgl. Kraus et al. 2008, Prinzleve et al. 2006, Werse et al. 2009) ist die Kundschaft von Räuchermischungen offenbar überwiegend bei nicht mehr ganz jungen Erwachsenen zu verorten: *„Bei der Spice-Geschichte sind es mehr Ältere als Junge. So ab Ende 20, 30 sowas“* – *„Vielleicht sind's drei Prozent oder noch weniger, die 18 bis Anfang 20 sind, ansonsten würde ich sagen, zwischen mindestens 25 bis 50, oder noch älter. Und der Hauptteil 35, 40“* – *„Es waren meistens Leute im gesetzteren Alter“*. Zumindest unter den Probierer(inne)n schien es auch einen nennenswerten Anteil von älteren Personen zu geben, die sonst nur wenig mit Drogen zu tun haben: *„Es waren viele so 40, 50-Jährige, die es unbedingt noch mal vor dem Verbot probieren wollten, die gar nix damit zu tun hatten. Das hat man daran gemerkt, wie sie gefragt haben, und dass sie auch gesagt haben, dass sie das nur mal probieren wollten wegen der Berichterstattung.“* Dass Jüngere oft kaum Interesse an diesen Produkten hätten, wurde damit begründet, dass diese im Zweifelsfall illegales Cannabis bevorzugen würden, zumal es im Schnitt preiswerter sei und Jugendliche bzw. junge Erwachsene sich auch häufig weniger Sorgen um ihre Reputation bzw. eine etwaige straf- oder straßenverkehrsrechtliche Verfolgung machen: *„Die Kids, die gehen da überhaupt nicht ran, die rauchen ihr Gras, und damit kennen die sich aus.“* – *„Die Jüngeren verzichten meistens ganz darauf aus finanziellen Gründen, weil es teurer ist als das Original, die kaufen sich lieber ihr Piece.“*

Geteilte Meinungen gab es zur Geschlechterverteilung: während ein Befragter von einem „50-50“-Verhältnis ausging und zwei weitere Befragte von einem leichten Männerüberhang, war ein anderer Experte der Meinung, dass sich die Struktur der Räuchermischungs-Konsument(inn)en kaum von der sonstigen Headshop-Kundschaft unterscheidet, die zu *„80, 90 Prozent männlich“* sei. Anzunehmen ist, dass wie bei diversen illegalen Drogen (ebd.) nur etwas mehr Männer als Frauen eine Probierbereitschaft aufweisen, während es bei regelmäßig Konsumierenden ein relativ deutliches Übergewicht männlicher Personen gibt. So sind z.B. die fünf befragten Konsumenten ausschließlich männlich.

Ambivalente Aussagen gab es zum (vermuteten) sozialen Hintergrund bzw. dem Erscheinungsbild der Räuchermischungs-Interessent(inn)en. Übereinstimmend wurde dabei hervorgehoben, dass besonders viele für Headshops untypische Personen Spice ausprobieren: *„Da kamen dann auf einmal Leute in den Laden, die hätte ich hier niemals erwartet. Also Leute, die überhaupt gar nicht in den Laden reinpassen, so mit Schlips und Kragen, so businessmäßig und so (...) Die kamen in den Laden gerannt, und die haben so was das erste Mal gesehen, waren wahrscheinlich das erste Mal im Headshop“* – *„Ja, das sind eher Bes-“*

sergestellte, würd' ich sagen, sieht man ja anhand der Kleidung. Auch, dass die dann manchmal viel holen... da ist schon viel Geld.“ – „Alle Leute, also auch Banker und Versicherungsangestellte, so Leute, die jetzt nicht anecken wollen“. Uneinigkeit herrschte indes darüber, ob derartige „Anzugträger, Schlipsträger, Kostümchen, Sekretärinnen“ möglicherweise „das Gros“ der Probierer(innen) oder nur einen kleineren Teil der selbigen stellten. Mehrfach wurde das Bild von „Leuten aus jeglicher Schicht der Gesellschaft“ bemüht: „hier kommen Banker genauso rein wie Jugendliche und Hausfrauen.“ – „Durch den Fernsehbericht waren's dann alle. Also, das war einer von der Bank oder einer mit Hartz IV“ – „Also eher so Otto Normal, also so normalere... also meistens berufstätig, weil wir doch meistens eher abends verkaufen, das sieht man, wenn man unsere Umsatzzettel anguckt“.

Insbesondere die Spice-Probierer(innen) kamen also offensichtlich häufig aus der „Mitte der Gesellschaft“. Geteilte Meinungen gab es wiederum darüber, wie ausgeprägt bei diesen Personen die Vorerfahrungen mit illegalen Drogen waren. Ein Befragter gab an, dass seiner Einschätzung nach „alle Erfahrungen mit Cannabis“ hätten: „Sonst hätten die es nicht so leicht probiert. Weil halt, laut Fernsehen hieß es ja, das ist so wie Cannabis.“ Ein weiterer Experte schätzte die meisten Probierer(innen) als „so Pseudo-Kiffer“ ein, „die sich niemals outen würden als Kiffer“. Er verweist damit offenbar auf Gelegenheitskonsument(innen), die im Alltag nichts mit Cannabis zu tun hätten. Eine nähere Spezifizierung dieser Klientel findet sich bei einem anderen Experten: „Das sind keine Konsumenten, die jetzt losgehen würden, um sich bei irgend einem illegalen Dealer ihr Zeug zu beschaffen, so was liegt diesen Menschen völlig fern. Wenn sie im Freundeskreis auf einer Party dazu kommen, mal an nem Joint ziehen zu können, freuen die sich wie Bolle.“

Im Hinblick auf die regelmäßig Konsumierenden ändert sich das Bild der Beschreibungen relativ deutlich: Hier wird überwiegend auf erfahrene Cannabiskonsument(inn)en verwiesen, die aus unterschiedlichen, insbesondere rechtlichen Gründen auf Spice bzw. andere Räuchermischungen umgestiegen seien: „Der größte Teil sind Leute, die mit Führerschein Probleme haben oder Kraftfahrer, sehr viele, die irgendwas schon früher hatten, nicht mehr erwischt werden dürfen.“ – „80-90% sind tatsächlich die, bei denen irgend ne Problematik dahinter steht. Ein Freigänger, der kontrolliert wird, ein Hermann-Hesse-Schüler<sup>7</sup>, der kontrolliert wird, bis MPUler oder wie gesagt, unwahrscheinlich viele ältere Herren, die halt auch in Firmen sind, wo's Drogenscreenings gibt, die halt auch ihren Job nicht verlieren wollen.“ Ausführlichere Angaben zu diesen (möglichen) Konsummotiven sind in Abschnitt 4.2.4 nachzulesen. Ein weiterer Experte verwies aber auch im Hinblick auf regelmäßig Konsumierende auf zumindest eine Teilgruppe besonders sozial unauffälliger, sonst nicht in Netzwerke von Cannabiskonsument(inn)en eingebundener Personen: „Leute, die zum Beispiel nicht wissen, wo sie's herbeschaffen... grade diese Banker, also solche, die nicht wissen, wo sie so was illegal beschaffen können.“

In Textbox 1 sind kurze, auf den Drogenkonsum und seine Begleitumstände beschränkte Biografien der fünf befragten (ausschließlich männlichen) Konsumenten enthalten. Die Altersspanne der Interviewpartner – zwischen Mitte 20 und Anfang 40 – entspricht in etwa den Einschätzungen der Expert(inn)en bezüglich regelmäßig Konsumierender.

<sup>7</sup> Das Bildungszentrum Hermann Hesse in Frankfurt ist eine Schule, in der junge Menschen ihren wegen Suchtproblemen versäumten Schulabschluss nachholen können.

**Textbox 1: „Drogenbiografien“ der interviewten Konsumenten****1 – „Franz“ – 30 J.**

Erster Cannabiskonsum mit 16 Jahren, seit dem Alter von 18 täglicher Konsum. Mit Ende 20 Ecstasy, Speed und Kokain probiert, in der Folgezeit gelegentlicher Partydrogen-Konsum. Im Frühjahr 2008 Polizeikontrolle im Straßenverkehr nach einem Festival, THC positiv, mit der Folge Drogentests und kurzzeitigem Führerscheinverlust (keine MPU). Im Herbst 2008 erstmaliger Konsum von Spice, in Folge von Medienberichten. In der Folgezeit (mit Drogentest-Verpflichtung) z.T. regelmäßiger, intensiver Konsum, auch diverse andere Räuchermischungen probiert. In der kurzen Phase ohne Führerschein rauchte er wieder Cannabis, danach wieder Spice, bis es verboten wurde. Seither konsumiert er wieder Cannabis (da er keine Drogentests mehr abgeben musste), allerdings seltener und mit weit aus mehr Vorsicht bezüglich Autofahren. Einige Wochen vor dem Interview entdeckte Franz die neuen Räuchermischungen; seitdem konsumierte er diese ab und zu.

**2 – „Björn Bork“ – 32 J.**

Erstkonsum illegaler Drogen: Kokain mit 17 Jahren, auf einer Party mit „älteren Leuten“. Kurze Zeit später erstmals Cannabis; es stellte sich recht bald ein täglicher, teils intensiver Konsum ein, den er bis auf gelegentliche Pausen bis heute beibehält. Mit 18 auch LSD, Ecstasy und Speed ausprobiert und in der Folgezeit häufiger, z.T. intensiv genommen. Zwischenzeitlich musste er eine MPU wegen seinem Führerschein machen, in dieser Zeit konsumierte er wegen der kürzeren Abbauphase statt Cannabis Speed; kurze Zeit später verlor Björn erneut seinen Führerschein, den er bis heute nicht wieder zurück hat. Vor ca. 1-1 ½ Jahren hörte er in den Medien erstmals von Spice, konsumierte es in der Folgezeit häufiger, auch kombiniert mit Cannabis. Zu dieser Zeit litt er unter einer Lebererkrankung, aufgrund derer er den Konsum harter Drogen einstellte, was auch ein Grund für den Spice-Konsum war. Nach einem Auslandsaufenthalt hat er aktuell seinen Drogenkonsum insgesamt stark reduziert.

**3 – „Sven“ – 25 J.**

Sehr frühe Erfahrungen mit Ecstasy, LSD und anderen Partydrogen (ab 14 Jahren). Ab 16 Jahren konsumierte er – selten – auch Cannabis. Es folgten einige Jahre intensiver „Techno-Feier-Zeit“ mit diversen Drogen, bis es zu einem (nicht näher bezeichneten) Zusammenbruch kommt. Sven macht eine Therapie und stellt den Konsum aller illegalen Drogen ein. Etwa zu dieser Zeit beginnt er, nebenbei in einem Headshop zu arbeiten und kommt dort (Ende 2007) erstmals mit Spice in Kontakt. In der Folgezeit stellt sich ein gelegentlicher Konsum ein, aufgrund positiver Erfahrungen mit der Wirkung. Cannabis konsumiert er in dieser ganzen Zeit gar nicht. Er bevorzugt Räuchermischungen gegenüber Cannabis, da man nach dem Konsum noch zu mehr Aktivität in der Lage sei.

**4 – „Deep Blue“ – 42 J.**

Deep Blue konsumiert als Jugendlicher erstmals Cannabis und in der Folgezeit (nicht spezifiziert) auch diverse andere Drogen. Seitdem raucht er mehrmals wöchentlich Cannabis und nimmt bevorzugt auf Techno-Partys u.a. Ecstasy und Speed. Er hört Mitte 2008 über einen Freund und das Internet erstmals von Spice und beginnt, es in der Folgezeit häufiger zu konsumieren. Als Begründung gibt er vor allem an, dass er häufig mit dem Auto, u.a. auf Festivals unterwegs ist, wo er mit Polizeikontrollen rechnen muss, weshalb er in solchen Fällen Spice gegenüber Cannabis bevorzugt. Nach dem Verbot stellte er den Konsum ein. In der Zeit nach dem Interview („Festival-Saison“) wollte er die neuen Räuchermischungen ausprobieren, aber nur unter dem Vorbehalt, dass keine synthetischen Substanzen beigemischt sind – er hält die Berichte über synthetische Zusatzstoffe für eine Erfindung des Staates. Ansonsten beabsichtigt er, zukünftig seine eigenen Rauchmischungen aus Kräutern zusammen zu mischen.

**5 – „Mario“ – 30 J.**

Mario wächst im Ausland auf und beginnt dort mit 12 Jahren, Cannabis zu konsumieren. Bereits mit 16 konsumiert er erstmals Heroin; relativ schnell stellt sich ein regelmäßiger (abhängiger) Konsum ein. Daneben konsumiert er auch Kokain. Mit 18 kommt er nach Deutschland, wo er in der Folgezeit etwa 8 Jahre auf der Straße lebt, bevor sich seine Lage durch Methadon-Substitution sowie eine feste Partnerin stabilisiert. Er wird Vater und bezieht eine gemeinsame Wohnung mit der Partnerin. Seither konsumiert er neben einer relativ geringen Methadon-Dosis mehrmals wöchentlich Cannabis. Über einen Bekannten probiert er Mitte 2008 erstmals Spice aus und raucht es in den folgenden Monaten häufiger; die vergleichsweise starke Wirkung motiviert ihn hierzu. Allerdings ist umgekehrt der Umstand, dass diese Wirkung mehrfach zu Kontrollverlusten bei ihm führt, dafür verantwortlich, dass er den Spice-Konsum nach einiger Zeit wieder einstellt und weiter Cannabis raucht, dessen Wirkung er als angenehmer und kontrollierbarer empfindet.



Angesichts der Biografien wird deutlich, dass sich die Vorgeschichten sowie die Umstände und Motive für den Konsum von Räuchermischungen zum Teil erheblich unterscheiden. Zwar weisen alle Befragten (im Unterschied zur o.g. Beschreibung des durchschnittlichen Spice-Probierers, aber mehr oder weniger im Einklang mit den Einschätzungen zu regelmäßig Konsumierenden) relativ umfangreiche Erfahrungen mit Cannabis sowie anderen illegalen Drogen auf, die Intensität wie auch die Problembelastung der „Drogenkarrieren“ unterscheidet sich indes erheblich: während z.B. Mario über einen längeren Zeitraum Mitglied der verelendeten „offenen Drogenszene“ war und eine physische Opiatabhängigkeit aufwies, beschreiben Franz und Deep Blue ihre bisherigen Erfahrungen mit Cannabis und „Partydrogen“ als weitgehend unproblematisch und sozial kompatibel.

Auch die Motive für den Spice-Konsum variieren stark: Zwar wird tatsächlich mehrfach die Legalität der Droge als nicht unerheblicher Faktor genannt, für Björn Bork und Mario sowie mit Abstrichen auch für Sven scheint dies indes allenfalls eine Nebenrolle zu spielen (vgl. 4.2.4).

Alle fünf Befragten sind ledig, drei von ihnen befinden sich in einer festen Beziehung. Zwei Konsumenten haben jeweils ein Kind. Alle Befragten haben den Realschulabschluss; zwei sind arbeitslos, zwei arbeiten Vollzeit und einer in Teilzeit. Drei der Befragten wohnen in Frankfurt, die anderen zwei in einer mittelgroßen Stadt im erweiterten Einzugsgebiet von Frankfurt.

### 4.2.3 Subjektive Erfahrungen mit Räuchermischungen

#### 4.2.3.1 Wirkungen, Neben- und Nachwirkungen

Wie in den Medien diskutiert, wurden die Wirkungen von Räuchermischungen meistens mit denen von Cannabis verglichen: *„Ich muss sagen, die Wirkung von Spice ist dem vom Kiffen sehr ähnlich. Ich fand es so, wie... wie früher, als ich angefangen hab' zu kiffen. Dieses krasse Drücken im Kopf, richtig rote Augen wieder und richtig schön strack einfach.“* (Björn Bork) – *„(I: Ist die Wirkung vergleichbar mit Cannabis?) Ja, würde ich so unterschreiben. In der Zeit zwischen Weihnachten und Neujahr, da musste ich meinen Führerschein abgeben vier Wochen, da hab' ich dann wieder Gras geraucht. Und da hab' ich gemerkt, da waren auch Kumpels da, Grastopf geraucht, turnt nicht, Spicetopf geraucht, ah ja, jetzt geht's eigentlich. Und dann hab' ich immer so ne Mischung gemacht, mal ein Grastopf, mal ein Spicetopf. Ich glaub', so im Endeffekt, Spice war stärker, ja. So war meine Beurteilung, so habe ich es empfunden halt.“* (Franz)

Die Einschätzung, dass insbesondere Spice in seinen stärkeren Variationen Gold und Diamond eine starke und im Vergleich zu Cannabis zum Teil stärkere Wirkung hat, wird von mehreren Befragten geteilt: *„Spice macht auf jeden Fall Spaß, also es lässt sich gut rauchen, schmeckt beim Rauchen, und es hat eine interessante Wirkung, also auch eine recht starke Wirkung, die nicht zu unterschätzen ist.“* (Deep Blue) – *„Das war manchmal richtig schlimm, ich konnte kaum noch rumlaufen, war farbenblind und hatte Gleichgewichtsstörungen. Meine Frau musste mich einmal (lacht) vom Treppenhaus wieder hoch holen, bin nicht mal die eigenen Treppen zu meiner Wohnung hoch gekommen“* (Mario) – *„Also, ich fand es teilweise krasser wie Kiffen. Wobei, wie gesagt, gekifft hab' ich halt regelmäßig. Da war ich schon ab-*

gestumpft irgendwo. Ich müsste es noch mal ausprobieren, um es genau zu sagen.“ (Björn Bork). Der letztgenannte Befragte spricht mithin die Möglichkeit an, dass die als stärker wahrgenommene Wirkung von Spice unter anderem damit zusammenhängen könnte, dass der jeweilige Konsument bezüglich der enthaltenen Wirkstoffe im Unterschied zu THC noch keine Toleranz entwickelt hätte. Diese Einschätzung hat eine gewisse Plausibilität, da alle Konsumenten, die über eine besonders starke Wirkung berichteten, mindestens mehrmals wöchentliche Cannabiskonsumenten sind bzw. waren.

Auch einer der Experten sprach von Spice als ein „Produkt mit ner sehr sehr starken Wirkung“, mit der sich die Konsument(inn)en „schnell überdosierten“. Er behauptete, dass „Spice viermal so stark konzentriert war wie Cannabis“, ein Nachfolgeprodukt sogar nochmals „20fach so hoch konzentriert wie Spice“. Diese Einschätzung rührt vermutlich daher, dass für das in Spice gefundene CP47-497 über im Vergleich zu THC höhere Wirkpotenzen berichtet wurde (Auwärter et al. 2009). Ob die angegebenen Vielfachwerte eine reale Grundlage haben, kann indes stark angezweifelt werden. In den Laboranalysen wurden zwar sehr unterschiedliche Konzentrationen der Wirkstoffe gefunden (ebd., Steup 2008), die aber allenfalls auf eine teilweise etwas höhere und insgesamt schwankende Wirkstärke der Spice-Produkte hindeuten (vgl. auch EMCDDA 2009). Letzteres wurde auch von einzelnen Interviewpartnern bestätigt: „Auch das Gold, manchmal war es super und manchmal konnte man es direkt ins Klo schütten. Die Qualität ist also nicht immer gleich geblieben“ (Mario). Ein anderer Befragter hingegen behauptete, die Effekte seien „immer gleich“ gewesen, ging also von einem standardisierten Produkt aus. Weitgehende Übereinstimmung herrschte im Übrigen darüber, dass Spice (hier insbesondere Diamond, mit Abstrichen auch Gold) sowie andere der Ende Januar verbotenen Produkte stärker waren als die aktuell erhältlichen Räuchermischungen: „Spice war von der Wirkung her stärker und intensiver... und auch geschmacklich besser. Zu den Sachen, die jetzt auf dem Markt sind, gut, die sind auch sehr gut, aber kommt lange nicht an Spice ran“ (Sven).

Unterschiede zur Wirkung von Cannabis wurden von mehreren Befragten dahingehend ausgemacht, dass Räuchermischungen eher die „High“-Komponente der Cannabis-Wirkung ansprächen und man nach dem Konsum zu mehr Aktivität in der Lage sei: „Man kann es jetzt nicht mit Hasch oder Gras vergleichen, es ist anders, aber auch sehr gut halt. Also, man kann jetzt nicht sagen, besser - schlechter, das greift hierbei nicht. Weil es sich ganz anders anfühlt. Was ich sagen kann vom Feeling her ist, dass es nicht so betäubt, also Gras und Hasch macht ja schon so ein bisschen Downer-mäßig so, wirst schön eingecoucht, man bleibt schon agiler bei Spice.“ (Deep Blue) – „Ich finde die Wirkung viel angenehmer, man kann mit sich selbst mehr anfangen (...) Und ich finde auch, wenn man Gras raucht, dann zerstört man sich zu sehr einfach. Ja, die Leute merken das anscheinend nicht, aber ich merke es, dass im Vergleich jetzt zum Räucherwerk, das Gras zerstört mich, oder das Hasch. Es zerstört einen, du bist kaputt, du bist Matsch im Kopf.“ (Sven) – „Der Turn selbst ist, man fühlt sich gelassener irgendwie. Was aber der Unterschied ist zwischen Cannabis, wenn du wirklich was machen willst, dann steigert man sich da voll rein und man macht es dann auch“ (Franz). Demgegenüber behauptete einer der Experten, Spice hätte eher „überwiegend das Indica<sup>8</sup> imitiert (...) also dieses drückende Gefühl, Leblosigkeit, Lustlosigkeit“.

<sup>8</sup> Cannabis indica ist die ursprüngliche „Rauschhanf“-Variation der Cannabispflanze, der im Vergleich zu Sativa-Variationen eher dämpfende Eigenschaften zugeschrieben werden (vgl. Rättsch 2007).



Insgesamt fallen die Aussagen zur Wirkungsqualität und -intensität also ambivalent aus: Einerseits wird häufig von einer eher „energetischen“ Wirkung gesprochen, teilweise auch vom Gegenteil, und vor allem stehen der Einschätzung, dass man nach dem Spice-Konsum im Vergleich zum Cannabiskonsum zu mehr Aktivität in der Lage sei, die Berichte über besonders starke psychoaktive Wirkungen entgegen. Vermutlich sind die konkreten Effekte von Räuchermischungen nicht nur vom tatsächlichen Produkt sowie Wirkstoffvariationen im selbigen, sondern wie bei Cannabis auch von der jeweiligen Dosierung, „Tagesform“ und individuellen Wahrnehmung abhängig.

Uneinheitlich sind auch die Aussagen über Neben- und Nachwirkungen. Bereits bei den Experteninterviews gab es einerseits zwei Befragte, die explizit ansprachen, dass bei Spice besonders wenige oder gar keine Nebenwirkungen zu befürchten seien: *„Eigenartigerweise sagen die meisten Leute, dass sie damit wesentlich besser zurecht kommen wie mit dem Original. Weil, manche Leute kriegen da... nicht Depressionen, aber den Hänger danach, und bei Spice wird gesagt, dass die meisten Leute das dabei nicht haben und das deswegen auch bevorzugen.“* Zwei andere Experten hingegen berichteten über *„Kater-ähnliche Zustände“* bzw. Kopfschmerzen (*„dicken Kopf“*) am nächsten Tag, die ausgeprägter seien als bei Cannabis. Ähnlich widersprüchlich äußern sich die Konsumenten: auch hier werden Nachwirkungen von zwei Personen ausdrücklich verneint: *„Vom Kiffen hat man echt so einen Kiffkater am nächsten Morgen oftmals, und das hab' ich von Spice gar nicht gehabt. Keine Kopfschmerzen oder so.“* (Björn Bork) – *„Das kann ich jetzt nicht sagen, dass ich irgendwelche Nebenwirkungen, körperliche hatte (...) Angenehm zu rauchen, auch nicht irgendwelche Katerstimmung, oder ja, keine Kopfschmerzen, oder irgend sowas, ganz und gar nicht.“* (Deep Blue). Ein anderer Befragter (Sven) hatte zumindest von anderen Konsument(inn)en von *„Kopfschmerzen und Übelkeit“* nach übermäßigem Konsum gehört, und Franz gab an, dass er sich bei den ersten Konsumgelegenheiten *„am nächsten Morgen immer noch so ziemlich zerstört gefühlt“* habe, später aber nicht mehr. Angesichts dieser Aussagen drängt sich der Eindruck auf, dass auch etwaige negative (insbesondere „Kater ähnliche“) Nachwirkungen von Set, Setting und Dosierung abhängig sein dürften.

Nur wenige Äußerungen gab es zum Mischkonsum mit anderen Substanzen. Ein Befragter (Björn Bork) hatte häufiger abwechselnd Spice und Cannabis geraucht, wodurch sich die Wirkung *„multipliziert“* habe. Franz hatte Spice mit Alkohol konsumiert: *„Man kann es vergleichen mit THC und Alkohol“*. Mario schließlich berichtete über Opiatkonsument(inn)en, die Heroin mit Spice kombiniert hatten: *„Leute haben das schon mit Heroin zusammen genommen, die waren ehrlich weg, so was hab ich noch nie gesehen, die waren wie tot. (...) Die hatten sich einen Heroindruck gemacht und dann so nebenbei Spice geraucht. Das hab' ich jetzt schon von ein paar Leuten gehört, so zusammen mit Heroin soll man das lieber lassen, das ist zu krass.“*

#### **4.2.3.2 Beschaffenheit, Geschmack, Geruch**

Ähnlich wie teilweise über uneinheitliche Wirkungsstärken bei ein und demselben Produkt berichtet wurde, war offenbar auch die Beschaffenheit von Räuchermischungen nicht einheitlich. Ein Befragter berichtete darüber, dass der Inhalt eines von ihm gekauften Päckchens Smoke schlecht abbrannte und nach Wachs schmeckte. *„Ich denke auch, dass die Päck-*

chen unterschiedlich gepackt waren. Dass da manchmal mehr Dreck drin war und manchmal weniger“ (Franz).

Unterschiedliche Meinungen waren wiederum generell zu Geschmack und Geruch zu beobachten. Ein Experte gab an, dass es diesbezüglich „viele Beschwerden“ gegeben habe, da der Geschmack von Spice „sehr gewöhnungsbedürftig“ sei. Zwei Konsumenten bestätigten diese Einschätzung: „Beim Rauchen musste ich immer ein Getränk dazu haben, so hab ich das nicht runter gekriegt, das schmeckt ekelhaft, als würde man einen Teebeutel aufmachen und rauchen, das ist das Gleiche.“ (Mario) – „Wie schmeckt Spice? Ja, ganz ehrlich, wenn man irgendwas dauerhaft geraucht hat, hat alles irgendwann beschissen geschmeckt. Also, es war, im Vergleich zum Cannabis, Cannabis ist geschmacklich das Beste. Auf jeden Fall! Und, ähm, nach was hat Spice geschmeckt? Es war ein bisschen wie Laub, aber es hat nicht so arg gekratzt, und war so ein bisschen erfrischend, wie Kräuter halt“ (Franz). Der letztgenannte Befragte, dessen Einschätzung letztlich nicht ganz negativ ausfiel, ergänzte seine Beobachtungen durch solche von Bekannten: „Andere Freunde von mir haben es probiert, und die haben gemeint: ‚Schmeckt beschissen. Ich bleib bei meinem Gras‘“. Die übrigen Konsumenten schienen hingegen mehr oder weniger zufrieden mit dem Geschmack der Räuchermischungen zu sein. So befand Björn Bork, dass diese lediglich ein „bisschen schlechter“ als Cannabis schmecken, Deep Blue gab an „dass das auch sehr angenehm schmeckt“, und fast derselbe Wortlaut ist bei Sven vorzufinden: „Geschmacklich ist es eigentlich sehr angenehm. Weil die Gewürze sind ja auch mit, soweit ich weiß, Honig, Vanille, und gewissen Aromen behandelt, die man auch aus der Küche kennt.“ Dieser Konsument bezieht sich allerdings bereits auf die „zweite Generation“ der Räuchermischungen, über die einer der Experten sagte: „Mittlerweile machen sie sich mehr Mühe mit dem Vanilla und den verschiedenen Geschmacks... Sachen“. Hier scheinen unter den Konsumenten verschiedene Vorlieben zu existieren: Während beispielsweise Sven Produkte mit Honigaroma bevorzugt (z.B. Chill X), befindet Franz Sencation Blackberry als die geschmacklich angenehmste Mischung: „Das Sencation Blackberry war besser. Wenn man das aufgemacht hat, hat das so nach Kaugummi gerochen, und wenn man es geraucht hat, kam das so an Gras ran, aber an billiges, was dann auch so mit Blättern gestreckt ist... aber auf jeden Fall besser als das Spice im Geschmack.“ Auch wenn der Geschmack von Spice selbst also ohnehin „Geschmackssache“ war, ist offenbar die geschmackliche Akzeptanz mit Einführung der neueren Räuchermischungen etwas angestiegen.

#### 4.2.4 Konsummotivationen

Wie in Textbox 1 nachzulesen, hatten alle fünf Konsumenten, bevor sie Spice ausprobierten, vergleichsweise ausgiebige Erfahrungen mit Cannabis und anderen illegalen Drogen gemacht, was in der Tendenz auch aus der Expertenbefragung für die häufigeren Konsument(inn)en von Räuchermischungen angegeben wurde. Insofern bestätigt sich die Einschätzung aus der Schülerbefragung (4.1), dass sich das Gros der an Spice Interessierten aus Personen rekrutiert, die ohnehin eine hohe Rauschaffinität und eine Nähe zu illegalen Substanzen aufweisen. Somit wurde trotz der Berichte der Expert(inn)en über Spice-Probierer, die eher untypisch für Konsument(inn)en illegaler Drogen sind (siehe 4.2.2), zumindest für den regelmäßigen Konsum der Produkte keine gänzlich neue Konsumenten-

gruppe erschlossen. Was die Gründe für den Konsum angeht, so waren sich die Expert(inn)en weitgehend einig: Sie schätzten die Legalität der Produkte, insbesondere die Nicht-Nachweisbarkeit der Wirkstoffe im menschlichen Körper als das Kardinalmotiv ein: *„Es sind viele, die Urintests machen müssen, für den Führerschein, Lehrstelle, irgend ne Arbeit, was weiß ich was, ja. Und die haben auch oft danach gefragt, weil’s ja nicht nachweisbar ist im Urin.“* – *„Also das mit dem Nachweis fragt glaub’ ich jeder. Die fragen immer, kann man das wirklich nicht nachweisen und... das ist so einer der Hauptgründe.“* – *„Ich kann mir meine Existenz zerstören, von einem Tag auf den anderen, dadurch, dass ich das (illegales Cannabis) konsumiere. Und das ist ein ganz großer Faktor bei der Sache.“* – *„Es gibt auch viele Leute, die in amerikanischen Firmen arbeiten, die machen ja ein bis zwei Mal im Jahr ein Drogenscreening, die nehmen das halt, oder Autofahrer halt, viele, die einfach... am Sonntag geraucht haben... das haste aber dann noch die ganze Woche im Blut, wirst am Mittwoch kontrolliert, nehmen sie dir trotzdem den Führerschein weg.“* – *„da kann ich Auto fahren?... das klingelt mir noch in den Ohren, das ist öfters gefallen.“*

Die Expert(inn)en gehen also davon aus, dass entweder die Angst um den Job, den Führerschein oder auch generell die bürgerliche Existenz (im Sinne von Stigmatisierung) infolge einer Drogenkontrolle die hauptsächliche Motivation für den Räuchermischungs-Konsum darstellt. Auch bei den Konsumenten sind diese Motive durchaus vorzufinden. Eine überraschende Beobachtung war indes, dass die Legalität bei mehreren der Befragten nur eine Nebenrolle spielte. Björn Bork hatte zum Zeitpunkt seines Spice-Erstkonsums ohnehin seinen Führerschein bereits verloren und dementsprechend *„nichts mehr zu verlieren“*. Der einzige Vorteil der Legalität, der von ihm angegeben wurde, ist die relativ unkomplizierte Beschaffung (wobei er die Frage nach der Verfügbarkeit als Motiv wegen seiner *„immer guten Quellen“* zuvor verneint hatte): *„Was halt auch noch mal ein Vorteil ist von Spice ist, dass du dich halt nicht in irgendwelchen illegalen Kreisen rumtreiben musst, um was konsumieren zu können. Du gehst halt einfach in den Headshop und kaufst was. Ähm.. das fand ich doch sehr positiv... Also ich hab halt keine Angst wegen der Illegalität und so, aber es nervt halt einfach manchmal, weil man ähm... halt mit komischen Leuten manchmal zu tun hat.“* Dem Befragten – selbst langjähriger regelmäßiger Konsument illegaler Drogen – sind also zumindest einige der Personen, die ihm Cannabis verkaufen, unangenehm.

Beim Erstkonsum ist, wie auch beim Probieren von illegalen Drogen zu beobachten (s. 3.1), zunächst die Neugierde das zumeist entscheidende Motiv: *„Das hab ich durch einen Bekannten bei mir in der Wohnung, aus Neugier haben wir das das erste Mal geholt, ein paar mal Silver, oder wie das heißt, und ehrlich gesagt war das wie ganz billiges Gras oder so... und dann haben wir so rumgehört, da soll es bessere Qualitäten geben, und da haben wir mal das Diamond versucht und das Gold und das haben wir dann öfters geholt“* (Mario) – *„(I: Was war denn deine Motivation, es zu konsumieren?) Neugier. Wie gesagt, ich habe eigentlich immer alles ausprobiert, was ich gekriegt habe. Egal, ob es Cannabis war, Heroin oder Koks, alles einfach.“* (Björn Bork) – *„(I: Du hast also durch die Medien davon gehört, durch welche Medien konkret?) Nachrichten. Wo sie so gesagt haben, so von wegen, es gibt da noch legale Räuchermischungen, und dann gleich zum Headshop gefahren, gekauft, ausprobiert, funktioniert (lacht)“* (Franz).

Während das Neugier-Motiv praktisch als Konstante für die Probierbereitschaft angesehen werden kann, unterscheiden sich die weiteren Beweggründe für den Erstkonsum zum

Teil relativ deutlich. Bei zwei der Interviewpartner stand die Legalität der Droge im Mittelpunkt: im Fall von Franz wegen seines Straßenverkehr-Verfahrens, bei Deep Blue war es die Sorge um seinen Führerschein: *„Klang ganz interessant, dann hab ich es mir natürlich geordert, auch, wie gesagt, wegen dem Festival, weil ich dann natürlich auch was rauchen wollte ohne die Gefahr zu gehen, ich werde bei der Rückfahrt angehalten und kriege meinen Führerschein abgenommen und hab' halt festgestellt, dass es doch eine ganz angenehme Geschichte ist halt.“* Wie oben angesprochen, gab es für die übrigen drei Interviewten bemerkenswerter Weise keine manifesten Motivationen im Hinblick auf die Legalität. Neben der Neugierde waren es im Fall von Mario und Sven mehr oder weniger zufällige Umstände, die den Erstkonsum begünstigten (Mitarbeit im Headshop; Freund, der etwas besorgte).

Letztlich wird der rechtliche Status der Räuchermischungen hinsichtlich der Konsummotive zwar von allen Befragten angesprochen, aber mehrfach geschieht dies in ambivalenter Weise. So berichtet Sven zunächst davon, dass sein Erstkonsum vor allem durch den kostenlosen Zugang und das ‚natürliche‘ Interesse als Headshop-Mitarbeiter motiviert war und er ohnehin fast nie Cannabis raucht, das er mit Räuchermischungen substituieren müsse; überdies fahre er kein Auto und hat deswegen auch keine Sorgen um seinen Führerschein. Dennoch gibt er später auf die Frage, wie er auf die Idee kam, regelmäßig Spice zu konsumieren, an: *„Weil's legal ist. Das hat mich verleitet. Die Legalität, ganz einfach, die absolute Legalität des Produktes hat mich verleitet. Und das verleitet auch zu 99% auch die ganzen Kunden, die ich habe. Die Legalität, nicht der Stoff oder sonst irgendwas, sondern rein, dass man das legal kaufen kann.“* Deep Blue gibt auf die Frage nach der Bedeutung der Legalität für sich an: *„Das ist ja gerade das Angenehme daran (...) Ich könnte damit sogar provokativ in der Öffentlichkeit rauchen. Aber das würde ich nicht machen, weil ich damit nur die Aufmerksamkeit auf mich ziehen würde.“* Eine konkrete Begebenheit in diese Richtung wird indes wiederum von Sven beschrieben: *„Man kann es sogar legal konsumieren. Mich selbst hat die Polizei schon am Hauptbahnhof angehalten, und gefragt: ‚was rauchen Sie hier nen Joint?‘ Und ich: ‚Ich rauch' keinen Joint‘. Hab denen die Tüte gezeigt: ‚laufen Sie weiter‘.“* Ein derart offener Umgang mit der Droge scheint aber (nicht nur angesichts der o.g. Aussage von Deep Blue) die absolute Ausnahme zu sein.

Die Sorge um den Führerschein als Gebrauchsmotiv wird außer von Deep Blue und Franz auch von Björn Bork angesprochen, der aktuell gar keinen Führerschein mehr besitzt: *„Es ist eine sehr gute Alternative, weil ich nicht mit Kiffen aufhören wollte wegen dem Führerschein. Echt eine coole Alternative. Auto zu fahren ohne Stress. Konsumieren, ohne dass es eben nachgewiesen wird. (I: Also du könntest dir jetzt vorstellen, jetzt wo du kein Cannabis mehr rauchst, auf Spice zurückzugreifen? Weil deinen Führerschein willst du ja auch wieder haben?) Ja, warum nicht. Würde doch gut funktionieren.“* Im Übrigen gibt er wie auch Franz (*„Ohne den Stress mit dem Führerschein hätte ich es höchstens probiert, aber nicht regelmäßig geraucht“*) an, dass sie jeweils mindestens eine weitere Person kennen, bei der die Sorge um den Führerschein der Hauptgrund für den Spice-Konsum ist. Darüber hinaus wurde auch für Cannabiskonsument(inn)en im Bekanntenkreis, die kein Spice konsumieren, angegeben, dass es aufgrund der Angst um den Führerschein gelegentlich zu *„Spekulationen“* komme, *„vielleicht doch auf eine legale Räuchermischung umzusteigen“* (Franz). Lediglich ein Konsument, Mario, gab an, dass die Legalität für ihn gar kein Konsummotiv gewesen sei, was deshalb überrascht, da er aktuell substituiert wird: *„(I: Ich dachte, das Rauchen von*



*Spice wäre vielleicht auch wegen dem Beikonsum, so wegen der Nachweisbarkeit, aber das hat bei dir offensichtlich keine Rolle gespielt?) Nee, das hat keine Rolle gespielt. Auch das THC, mein Arzt weiß, dass ich rauche, aber das ist für ihn kein Problem.“* Damit bleibt er zwar der einzige der fünf Befragten, für den die Legalität praktisch gar keine Rolle spielte. Angesichts der Expertenaussagen war allerdings zuvor zu erwarten, dass der rechtliche Status der Räuchermischungen quasi das Kardinalmotiv darstellen würde, was sich angesichts der fünf Befragten jedoch nur bedingt bestätigen lässt.

Das einzige weitere Konsummotiv, das – allerdings von allen Befragten – als relevant bezeichnet wurde, ist schlichtweg die Wirkung von Spice und zum Teil auch anderen Räuchermischungen. Drei Befragte empfanden die Effekte der Substanz als intensiver als Cannabis, die übrigen als ungefähr gleichwertig. Ein Befragter, Sven, bevorzugt die Spice-Wirkung sogar deutlich gegenüber der von Cannabis (siehe 4.2.3.1). Mario hingegen hatte seinen Spice-Konsum wegen der starken und seiner Meinung nach im Vergleich zu Cannabis schwerer kontrollierbaren Wirkungen wieder eingestellt.

Lediglich ein Befragter nannte neben Wirkung und Legalität der Droge noch ein weiteres Motiv, das allerdings auf einem Irrtum bzw. Uninformiertheit des Betreffenden, Deep Blue, basiert: Wie in Textbox 1 erwähnt, ist er nach wie vor der Meinung, dass die Wirkung von Spice allein durch die enthaltenen Kräuter erzeugt wird. *„Da ich mich eh für Kräuter interessiere, weil ich auch für Heilungsprozesse und verschiedene Kräuterkuren eh Kräuter zu mir nehme in Teeform, hat es mich natürlich sehr interessiert. Auch andere Sachen, die jetzt nicht so gesundheitsschädlich sind, getestet halt, ja. Im Endeffekt ist ja auch dadurch, dass ich keine Zigaretten rauche und dann Kräuter lieber nehme zum Haschrauchen oder sowas halt, ja. Nikotin bei Zigaretten ist ja ein Nervenzellgift, und man bekommt dadurch eine latente Depression. (...) und ich setz mich dahingehend eh eingehend mit verschiedenen Kräutern, die jetzt nicht so schädlich für den Körper sind halt, wie die bekannten Drogen oder auch die Alltagsdrogen wie Alkohol, Nikotin oder Koffein.“* Deep Blue ist also der Meinung, mit Räuchermischungen einen vergleichsweise „gesunden“ Rausch zu erleben. Diese Auffassung stellt allerdings eine Einzelmeinung unter den Befragten dar.

#### 4.2.5 Konsummuster

Der zuletzt zitierte Deep Blue ist der einzige der fünf Konsumenten, der Spice in einem Joint mit Rauchkräutern (insbesondere „Königskerze“) vermischt zu sich nimmt. Ansonsten werden Räuchermischungen ähnlich wie Cannabis mit Tabak vermischt in Joints oder (Wasser-)pfeifen geraucht. Ein Experte gab bezüglich der regelmäßig Konsumierenden folgende Schätzung ab: *„Also bestimmt 60% in der Tüte und 40% in der Bong oder Purpfeife... viele holen dann ja auch dazu Papers, die schenken wir dann meistens dazu.“* Die Verkaufshäufigkeit von langen Zigarettenblättchen kann also als zusätzlicher Hinweis auf den überwiegenden Konsum in Form von Joints betrachtet werden. Unter den befragten Konsumenten gibt es abgesehen von Deep Blue zwei weitere Konsumenten, die die Produkte in Joints (mit Tabak) konsumier(t)en, die beiden anderen hatten Spice vorwiegend in Glas-Wasserpfeifen („Bongs“) geraucht, zumal sie als (vormals) intensive Cannabiskonsumenten an diese Applikationsform gewöhnt waren.

Einer dieser beiden Interviewten, Franz, ist der einzige unter den befragten Konsumenten, der eine Zeitlang Spice täglich konsumierte, *„ich schätz’ mal so sechs bis neun Gramm die Woche“*. Der andere, Björn Bork (der seine intensivste Cannabis-Konsumphase zur Zeit seines ersten Spice-Konsums bereits hinter sich hatte), rauchte die Substanz in seiner Phase regelmäßigen Spice-Gebrauchs etwa ein- bis zweimal die Woche. Er war auch der einzige, der Spice gemeinsam mit Cannabis konsumierte (*„Ich hab’ eigentlich beides kombiniert, meistens“*). Für diesen Mischkonsum gab er keinen besonderen Grund an; allerdings merkte er in diesem Zusammenhang an, dass *„die Wirkung von Spice der vom Kiffen sehr ähnlich“* sei – es schien ihm also zu dieser Zeit mehr oder weniger gleichgültig, welche der beiden Drogen er konsumierte. Sowohl Franz als auch Björn Bork hatten zum Zeitpunkt des Interviews ihren Drogenkonsum insgesamt und im Zuge dessen auch den Konsum von Räuchermischungen reduziert bzw. eingestellt. Eine andere Entwicklung ist bei Sven zu beobachten, der zunächst, motiviert durch seine Arbeit im Headshop sowie durch Freunde, nur sporadisch konsumierte und erst nach einiger Zeit seinen Räuchermischungs-Konsum steigerte: *„Man hat das dann mal, wenn man im Laden war und die Gelegenheit war da... ein Kunde hat irgendwas gekauft oder ein Kumpel war da, und jetzt wird einer gebaut, und da hat man mitgeraucht... aber selbst auf die Idee gekommen, zu bauen, war nie der Fall. Also, bis jetzt vor einem viertel, halben Jahr, wo ich jetzt auch durch den Laden kostenlos natürlich auch drankomme, dann öfters mal n Tütchen fürs Wochenende auch mitnehme. Und das dann auch genüsslich konsumiere (...) Alle 2, 3 Tage so.“* Bei diesem Interviewpartner ist zu beachten, dass er zuvor kein aktueller Cannabiskonsument war und als einziger der Konsumenten die Spice-Wirkung der von Cannabis vorzieht. Insofern hat sich bei ihm durch die als positiv empfundene Wirkung ein regelmäßiger Gebrauch eingestellt.

Mario hingegen passte die Häufigkeit des Spice-Konsums von Beginn an in etwa seinem Cannabis-Konsummuster an: *„Ich bin nicht so ein Raucher Tag für Tag, ich hab’ dann meine, was weiß ich, meine 2-3 Mal die Woche geraucht. Und dann hab’ ich angefangen das Zeug nur noch zuhause zu rauchen, auf einem Sessel, auf einem Stuhl, ich hatte zuviel Angst, dass mir das wieder irgendwie draußen passiert. (I: Dass du umkippst?) Ja ja, und nicht mehr auf meinen eigenen Beinen stehen können.“* Die negativen Erfahrungen mit der starken Wirkung (siehe auch 4.2.3.1) motivierten ihn also dazu, Spice nur noch in einem sicheren Setting einzunehmen. Letztlich war es auch die als zu stark empfundene Wirkung, derentwegen er seinen Räuchermischungs-Konsum wieder einstellte: *„Da hieß überall im Fernsehen und in der Zeitung, es sei gefährlich und dies und das und dann hab ich es einfach sein lassen. Ehrlich gesagt auch wegen Problemen mit meiner Frau, weil es dann immer hieß, wir haben ein Kind, nicht, dass irgendwas passiert und dann habe ich es einfach sein lassen. (I: Deine Freundin hat dir also ein bisschen Stress gemacht?) Ja, mit dem Gras oder mit dem Haschisch ist mir nie was passiert, aber mit dem Zeug bin ich 3-4 Mal richtig auf die Fresse geflogen, ich war einmal im Krankenhaus, einmal konnte ich in meinem eigenen Treppenhaus nicht hoch oder runter finden, und... das war nix mehr.“*

Für Deep Blue schließlich ist festzuhalten, dass sein Spice-Konsum in der Zeit bis zum Verbot etwa gleichbleibend war (ohne konkrete Angaben zu machen; vermutlich ca. einmal pro Woche), wobei er vor allem dann konsumierte, wenn er sich besonders um seinen Führerschein sorgte (etwa bei Festivalbesuchen) und Spice- und Cannabiskonsum strikt auseinanderhielt, zumal er glaubt, einen deutlichen Unterschied in der Wirkung festgestellt zu ha-

ben (s. auch 4.2.3.1). „Das eine hat das andere nicht beeinflusst. Ich hab jetzt durch Spice nicht weniger gekifft oder habe es bewertet, sondern es hat eine eigene Position für mich gehabt. Ich weiß nicht, wie das andere sehen, aber für mich gibt es da keinen Unterschied. Dabei hat es aber eher den angenehmen Effekt, dass es nicht illegal ist.“ Nach einer Pause seit Inkrafttreten des Verbotes beabsichtigt er zum Zeitpunkt des Interviews, demnächst die „neuen“ Räuchermischungen auszuprobieren (siehe auch Textbox 1).

Es ist also bei den befragten Konsumenten ein relativ breites Spektrum an Konsummustern wie auch Entwicklungen der selbigen zu beobachten, ähnlich, wie es insgesamt beim Konsum von Cannabis bzw. anderer illegaler Drogen feststellbar ist (vgl. z.B. Kemmesies 2004). Eine ähnliche Einschätzung gaben die Expert(inn)en ab. Einer dieser Befragten antwortete auf die Frage nach intensiven bzw. exzessiven Konsummustern mit der Droge: „Ja, die früher gekifft haben und halt dann durch MPU oder irgendwas nicht mehr können, oder Angst haben wegen irgendwas. Diese Hardcore-Konsumenten, die dann vorher so viel Cannabis geraucht haben... also bei den Mengen, die sie manchmal kaufen... das sind aber nur wenige. Die meisten, glaub ich, die machen das am Wochenende, ab und an.“ Lediglich ein Experte (der in seinem Laden kein Spice verkaufte) konnte über die Begegnung mit einem ‚Spice-Abhängigen‘ berichten: „Einer hatte mal so rumgezappelt, so’n Junger, also, das war auch jetzt ein einmaliger Fall (aufgeregter Tonfall): ‚Haste Spice?‘ – sag ich: ‚Nein‘ – ‚Ich brauch das Spice‘. – Der hat wirklich gezappelt, als wenn er Entzugserscheinungen hätte, also, wie so’n Junkie, ne, und er wollte sich auch gar nicht abwimmeln lassen, so: ‚Nein, Mann, ich hab kein Spice‘ – ‚Ja, du musst doch Spice haben, ich brauch’ das‘. War aber auch ein einmaliger Fall. Es gibt wohl immer für irgendwas so jemanden.“ Die Beobachtungen aus Experten- und Konsumenten-Interviews deuten insgesamt darauf hin, dass Räuchermischungen zumindest kein merklich von Cannabis unterscheidbares Abhängigkeitspotenzial aufweisen. So berichtete Franz über die Zeit nach dem Verbot: „War eigentlich auch nicht schlimm für mich. Es war schlimmer, mit THC aufzuhören. Also, nach einer Woche war die ganze Sache mit dem Spice vergessen.“ Noch unproblematischer stellte sich das Aufhören offenbar für Mario dar: „Das soll angeblich abhängig machen, das glaube ich nicht, vom Kiffen bin ich auch nicht abhängig, wenn ich nein sage, ist es nein. Ich habe auch keinen Suchtdruck oder so was. (I: Auch nicht, als du aufgehört hast?) Nee.“

#### 4.2.6 Informationen über Räuchermischungen und Bezugsquellen

Die Beobachtungen der Expert(inn)en über die Entwicklung der Umsatzzahlen nach Veröffentlichung der ersten Medienberichte (s. 4.2.1) deuten darauf hin, dass die meisten der Spice-Probierer(innen) durch Presse oder Fernsehen das erste mal von Spice erfahren haben dürften. Von den für die Studie befragten fünf Konsumenten haben zwei das erste Mal über Medien von den wirksamen Räuchermischungen gehört: „Das war eigentlich über... über Fernsehen, über Berichte in den Nachrichten. Dass eben darüber gesprochen wurde, dass eben jetzt Spice auf dem Markt ist. Oder dann auch über Freunde, und dann sind wir halt mal in den Headshop und haben das gekauft und ausprobiert“ (Björn Bork). Selbiges gilt für Franz (siehe Zitat in 4.2.4). Mario wurde zwar über Freunde an Räuchermischungen herangeführt, hatte zuvor aber ebenfalls über ein bestimmtes Medium von den Produkten gehört: „(I: Hast du denn, bevor das im Fernsehen war, Infos darüber gehabt? Nee, ich hab mal in



der Ballergazette was gelesen, Jubaz<sup>9</sup>, sonst hatte ich auch kein Interesse daran. (I: Wie war der Artikel so?) Das war mehr so negativ.“ Den Äußerungen des Befragten zufolge hatte dieser (ebenso wie die meisten anderen Medienberichte warnende) Artikel indes bei ihm nicht den Wunsch nach dem Ausprobieren von Spice hervorgerufen, sondern der Kontakt über seine Bekannten.

Ein weiterer Befragter war den eigenen Angaben zufolge über Internetshops auf Spice gestoßen: „(I: Wo hast du das erste Mal davon gehört, dass es diese Räuchermischung gibt, wie hast du davon erfahren?) Ja, über das Internet halt. (I: Hast du bei diesen Headshops recherchiert, oder wie?) Ja. Man schaut halt mal bei einem Headshop rein, guckt, was da so usus ist, und da stößt man halt auf diese Mischungen und fragt sich natürlich, was ist da drin, halt, ja. Und wie gesagt, es war halt ausführlich beschrieben. Und da ich mich eh für Kräuter interessiere, weil ich auch so, für Heilungsprozesse und verschiedene Kräuterkuren eh Kräuter zu mir nehme in Teeform, hat es mich natürlich sehr interessiert, halt, ja.“ Dieser Interviewpartner stieß also aufgrund seiner Vorliebe für Kräuter mit Heil- und Rauschpotenzial über entsprechende Anbieter auf Spice. Obwohl er angibt, sich intensiv mit dem Thema auseinanderzusetzen, hat er sich offenbar nicht gezielt über Foren informiert, in denen Erfahrungen ausgetauscht werden und auch über die tatsächlichen Inhaltsstoffe spekuliert wurde und wird. Bei ihm ist ein recht selektives Verhalten im Hinblick auf Informationen und Meinungen zum Thema zu beobachten (s. u.a. Textbox 1); er vertraut den (kommerziellen) Internet-Händlern im Hinblick auf die Inhaltsstoffe (für die in den entsprechenden Shops nach wie vor nur die angeblich enthaltenen Kräuter angegeben sind) und glaubt nicht den auch durch „Räuchermischungs-freundliche“ Websites bestätigten Berichten über die synthetischen Wirkstoffe (s. auch 4.2.7):

„(Wirkung) Es ist also eher, ich würde sagen, irgendwie in Richtung psychotrop halt, ja. Was du halt auch vom Ursprung her, von den Kräutern selbst, wenn man sich mit den einzelnen Kräutermischungen beschäftigt, wird man lesen, dass, also die einzelnen Sachen in den verschiedenen Kontinenten und Ländern auch als halluzinogene Substanz verwendet wird oder für irgendwelche schamanischen Rituale, oder auch teilweise als Marihuana-Ersatz halt, ja. Aber alle, wie gesagt, ohne THC, die arbeiten mit anderen Alkaloiden halt, ja. (I: Das heißt, du weißt schon, was da für Kräuter und so weiter drin sind?) Sicher, ich habe mich damit beschäftigt, weil, ich nehme ja nicht einfach irgendwas, ohne zu wissen, was ist, halt, ja. Meistens, wenn man so auf diese Online-Shops geht, die verschiedensten, ob Azarius oder Somagarden<sup>10</sup>, oder was es da sonst noch für welche gibt, kriegt man eine ausführliche Beschreibung der Inhaltsstoffe. Da gibt es auch zu jeder Kräuterart, die da drin ist, meistens sind da bis zu 8 Kräuter in einer Mischung drin, gibt es auch eine ausführliche Story halt. Wo auch die Herkunft beschrieben wird und auch so, wie die Ureinwohner das genommen haben, zu was für rituellen Zwecken es verwendet wurde. Das ist ja nichts, was in der Neuzeit aufgekommen ist, sondern das sind ja Jahrtausende alte Kräuter halt. (...) Wie gesagt, ich hab' die verschiedenen Vertriebsseiten einzeln besucht und deren Beschreibungen durchgelesen und hab dann noch über verschiedene kräuterkundige Seiten, gibt es ja auch, die die

<sup>9</sup> Die „Junkfurter Ballergazette“ (Jubaz) ist eine von einem Drogenhilfeträger herausgegebene Zeitschrift, in der vor allem Drogenabhängige und Ex-Abhängige mitarbeiten.

<sup>10</sup> <http://v3.somagarden.net> und [www.azarius.at](http://www.azarius.at) sind, wie der Befragte andeutet, Internetshops, die u.a. auf psychoaktive Kräuter und Pilze spezialisiert sind, und in denen auch Räuchermischungen angeboten werden, z.T. auch noch Spice (beide Shops sind in den Niederlanden ansässig).

*Kräuter jetzt behandeln ohne im Hinblick die zu konsumieren, sondern einfach nur um der Beschreibung willen und verschiedene Informationsquellen auf jeden Fall besucht, und dann eben verglichen über die Inhalte.“*

Der Befragte ist also nach wie vor davon überzeugt, dass die in den Kräutern enthaltenen Stoffe die Wirkung erzeugen, womit er die Ausnahme unter den Befragten darstellt. Ebenfalls eine Ausnahme stellt Sven dar, der über seine Mitarbeit im Headshop erstmals von Spice erfahren hatte, sich in der Folgezeit aber vergleichsweise intensiv über Kollegen und Internetforen informierte: *„Es gibt gewisse Foren. Aber... mir vertraute Foren, und nicht irgendwie Larifari-Foren, wo jeder mal sein Wort zum Sonntag reinschreiben kann, sondern Foren, die auch auf die Informationen, die da drinstehen, geprüft werden, durch gewisse Leute, die diese Foren betreiben. (I: Sind das Foren, die sich nur mit Räuchermischungen beschäftigen?) Hauptsächlich ja. Das sind spezielle Foren und auch Hintermänner und Hinterleute, die sich damit beschäftigen übers Internet, und auch informativ fragen. (I: Okay, und was ziehst du da für Informationen raus?) Inhaltsstoffe, neue Produkte, Wirkungsweisen, etcetera.“* Unklar bleibt an dieser Stelle, ob der Befragte auf ein spezielles, nicht für jeden zugängliches Händlerforum eingeht, von dem einer der Experten berichtete (das offenbar vor allem infolge der unübersichtlichen Lage bezüglich erlaubter und unerlaubter Produkte nach dem Verbot frequentiert wurde), oder ob es noch andere leichter zugängliche Quellen gibt, in denen auch Inhaltsstoffe diskutiert werden (was im größten „offenen“ Räuchermischungs-Forum [www.spice-forum.de](http://www.spice-forum.de) nicht gestattet ist; siehe 4.2.1.2).

Dieser Interviewpartner behauptet im Übrigen, u.a. auf Basis seiner Erfahrungen mit Internetforen, dass auch die (angeblich) enthaltenen Kräuter etwas zur Wirkung der Räuchermischungen beitragen – diese Annahme ist stark zu bezweifeln, da die auf den Packungen angegebenen Kräuter offenbar zumeist nicht den tatsächlich enthaltenen pflanzlichen Inhaltsstoffen entsprechen (EMCDDA 2009)<sup>11</sup>: *„Ich kann jetzt auch als Mitarbeiter durch den Laden locker erfahren, wo die ganzen Gewürze herkommen. Nicht aus Holland, und nicht aus Europa, wie wir alle denken. Sind alles asiatische Gewürze, die importiert werden, und dann hier unter einem Namen verkauft werden. Ob die Leute das glauben oder nicht, das ist so. Sind alles asiatische Gewürze. Die dann hier in Deutschland noch mal aufgepeppt werden mit synthetischen Cannabinoiden. Logischerweise. Denn wir haben so viele Pflanzen, ich könnte jetzt 20 Pflanzen aufzählen, die wenn man sie raucht, die in Omas Garten wachsen, da gibt's hunderte Pflanzen, die wirken, das ist bekannt. Wenn sie geräuchert werden, wirken sie. Aber es ist ja klar, dass da irgendwie noch was dazugegeben wird, um das Interesse der Leute zu gewinnen.“* Der Befragte lässt in dieser Passage seinen im Laufe des Interviews deutlich werdenden Überlegenheitsgestus eines vermeintlich „Wissenden“, der über mehr Informationen verfügt als andere, durchschimmern. Dies erfolgt an dieser Stelle, indem er einerseits auf die Wirksamkeit legal erhältlicher Kräuter verweist, die auch in Räuchermischungen angeblich das Ihrige zur Wirkung beitragen, und die mit den synthetischen Stoffen lediglich „aufgepeppt“ würden, „um das Interesse der Leute zu gewinnen“. An einer anderen Stelle des Interviews lässt er ähnlich „wissend“ durchschimmern, dass er „natürlich“ schon vorher gewusst hätte, dass in Spice synthetische Stoffe enthalten seien, da er über die (angeblich) enthaltenen Kräuter *„wusste, dass die nicht so stark sind, dass es so wirken*

<sup>11</sup> “Specific worries about the pharmacology and toxicology of these herbs have to be evaluated in the context that it appears that most of the ingredients listed on the packaging are actually not present in the Spice products.” (ebd.: 7).

kann“. Auch wird beim obigen Zitat die Unterstellung deutlich, dass andere denken würden, die enthaltenen Kräuter kämen aus Europa – so wie nach übereinstimmender Auffassung der Expert(inn)en die tatsächliche Zusammenstellung der Kräuter in Räuchermischungen mehr oder minder irrelevant sein dürfte (siehe auch Fußnote 11), gilt dies umso mehr für die Herkunft der pflanzlichen Bestandteile. Der Befragte scheint mit seinen Einschätzungen bezüglich der Inhaltsstoffe und deren Wirkungen also eine Mischung aus tatsächlichen Insider-Informationen und Vermutungen bzw. Gerüchten darzustellen, was womöglich – bemerkenswerter Weise im Unterschied zu den befragten Expert(inn)en – seinem Bemühen geschuldet sein dürfte, als besonders gut informierter Experte zu erscheinen.

Zwei weitere Befragte informier(t)en sich ebenfalls über Internetforen im Hinblick auf die Wirksamkeit verschiedener Räuchermischungen: *„Teilweise Foren, teilweise irgendwelche Shops, wo man eben verschiedene Kräutermischungen kaufen konnte, und da wird schon auch von einigen Konsumenten beschrieben, wie sie was konsumiert haben und welche Erfahrungen sie damit gemacht haben, wie sie drauf reagiert haben. Und die Erfahrungen die da geschildert wurden, kann ich auch nur bestätigen.“* (Björn Bork) – *„Hauptsächlich sind es Internetforen, wo ich dann darüber lese, Erfahrungsberichte von anderen halt. Es gibt anscheinend da ein paar Leute, die haben nichts Besseres zu tun und schreiben dann drei DIN A4 Seiten da rein mit Erfahrungsberichten“* (Franz). Dabei legen die Interviewpartner offenbar keinen Wert darauf, in welchem Forum sie nach Informationen suchen: *„Wenn, dann google ich ‚Räuchermischungen‘, oder wenn ich schon eine weiß, dann gebe ich halt direkt den Namen ein, tipp Forum hinten dran“* (Franz). Diese beiden Konsumenten vertrauen also offenbar auf ihre eigene Kompetenz, glaubwürdige von weniger glaubwürdigen Informationen im Netz unterscheiden zu können, was im Hinblick auf Zusammensetzung und Wirkung der Produkte augenscheinlich „erfolgsversprechender“ sein dürfte als die Informationsbeschaffung über Internethändler (siehe die Äußerungen von Deep Blue oben). Dennoch wird gerade bezüglich neu auf dem Markt erhältlichen Produkten eine gewisse Vorsicht an den Tag gelegt: *„(I: Für wie zuverlässig oder glaubwürdig hältst du denn die ganzen Internetforen, verlässt du dich darauf?) Also nicht hundertprozentig, deshalb habe ich auch das neue erstmal angetestet mit einem Beutel Bestellung. Weil das kann ja auch irgendjemand direkt vom Hersteller reingeschrieben haben, um dadurch Werbung zu machen, dass es halt gekauft wird und sie quasi versuchen die Leute abzuzocken. Aber das, was ich dort gelesen habe, hat haargenau übereingestimmt mit meinen eigenen Erfahrungen“* (Franz).

Die Aussagen zur Beschaffung von Räuchermischungen unter den befragten Konsumenten deuten darauf hin, dass die Produkte etwa zu gleichen Teilen über Internethandel und über Headshops bezogen werden. Bei Deep Blue beschränkte sich der Kauf, u.a. aus Kostengründen, auf das Internet (*„da hast du die Möglichkeit, so kleine Preisvorteile zu gewinnen, indem man sich zum Beispiel etwas mehr einkauft“*). Sven hingegen bezieht die Produkte aufgrund seiner Tätigkeit nur aus dem Headshop. Selbiges gilt für Mario, während die übrigen beiden Befragten beide Quellen nutzen bzw. nutzten. Bedenken, dass die Bestellung über das Internet aufgrund der Weitergabe persönlicher Daten Probleme nach sich ziehen könnte, hat offenbar nur Mario: *„Internet hab’ ich kein Vertrauen mehr. Ich hab’ vor Jahren Tabletten bestellt und es sind keine Tabletten angekommen, da hatte ich stattdessen die Polizei in der Wohnung, das mache ich nie wieder.“* Ein anderer Konsument äußerte nur im Hinblick auf die Bestellung von mittlerweile hierzulande verbotenen Produkten aus dem Aus-

land entsprechende Bedenken: „*Spice Diamond hatte ich mir im Januar bestellt gehabt und dann wurde es verboten, und dann ist der Shop auch umgezogen, also das hatte ich mir über das Internet bestellt gehabt, der Shop ist dann nach Spanien umgezogen und dann hab ich die Bestellung gecancel, weil ich nicht wollte, dass das durch den Zoll geht.*“ (Franz). Neben der formalen Anonymität scheint ein Argument für den Kauf von Räuchermischungen im Headshop der Umstand zu sein, dass die Produkte praktisch überall unmittelbar verfügbar sind; „*ob jetzt in X im Headshop oder beim Skifahren am Feldberg, im Schwarzwald, sind wir durch Freiburg durchgefahren, Headshop gesucht, gekauft und weiter. Da hat man es auch gekriegt*“ (Franz). Im Internethandel sind Räuchermischungen hingegen nicht nur in größerer Menge preiswerter erhältlich als in den entsprechenden Geschäften, wie ein Experte bezüglich des zum Interviewzeitpunkt neu auf dem Markt erschienenen Dream berichtete: „*Ist im Moment der beste, das ist halt nur sehr teuer, deswegen schreckt's die meisten, aber das ist das Beliebteste. Ja, im Internet glaub' ich für 29, da können wir leider nicht mithalten.*“ Im betreffenden Laden kostete das Produkt 36,50 Euro.

Insgesamt bestätigt sich angesichts der Konsumenteninterviews wie auch der Einschätzung der Expert(inn)en die Beurteilung der Europäischen Beobachtungsstelle für Drogen und Drogensucht, dass Spice-Produkte „largely an internet phenomenon“ zu sein scheinen („although available in specialised shops“; EMCDDA 2009: 4), nur teilweise. Möglicherweise hängt dies damit zusammen, dass es in zahlreichen anderen europäischen Ländern keine ähnlich ausgeprägte ‚Headshop-Kultur‘ gibt wie in Deutschland. Als Informationsquelle spielt hingegen offenbar tatsächlich das Internet die herausragende Rolle. Im Einklang mit entsprechenden Äußerungen der Expert(inn)en zur Problematik der Kundenberatung bei einem vorgeblich zu anderen Zwecken zu verwendenden Produkt (s. 3.1/ 4.2.1.1) gibt ein Konsument an: „*Mittlerweile kann der dich auch nicht mehr richtig beraten, da es so viele neue Sachen gibt. Da merkt man, dass es inzwischen verboten ist. Die wollen, glaube ich, auch gar nicht mehr so viel sagen. Ich könnte ja auch ein Zivibulle sein*“ (Franz).

#### 4.2.7 Meinungen

Unterschiedliche Ansichten zeigen sich im Hinblick auf die (mögliche) Zusammensetzung von Spice und anderen Räuchermischungen. Zumindest zwei Befragten scheint dieser Aspekt nahezu völlig gleichgültig zu sein: „*(I: Was hattest du dir denn vorab für Gedanken gemacht, was denn der Wirkstoff von Spice sein könnte?) Hab' ich mir eigentlich keine Gedanken gemacht. Das war mir relativ egal. Irgendwelche Kräuter, die halt wirken. Die auch angenehm gewirkt haben. Über Wirkung oder Nebenwirkung würde ich mir Gedanken machen, wenn ich sie tatsächlich hätte, also, was die Nebenwirkungen angeht. Dann würde ich auch etwas dagegen unternehmen. Aber vorher? Nein. (...)* (I: Also dich hat es nicht wesentlich gestört, dass es irgendwie am Ende nicht nur ein paar harmlose Kräuter waren?) *Überhaupt nicht. Überhaupt nicht gestört*“ (Björn Bork). Auch Franz gibt an, dass ihn die synthetischen Stoffe „überhaupt nicht gestört“ hätten. Und auch für Sven ist dieser Aspekt eher nebensächlich, zumal er die Wirkungen der Räuchermischungen explizit denen von Cannabis vorzieht (s. 4.2.3.1/ 4.2.5): „*Ich hab' jahrelang chemische Substanzen zu mir genommen. Und die waren schädlicher als irgendein synthetisches Cannabinoid.*“ Für Mario hingegen stellten die synthetischen Inhaltsstoffe und deren unbekannt mögliche Risiken durchaus eines der Ar-



gumente dafür dar, seinen Konsum einzustellen: *„Auch die Sachen, weil das jetzt alles rausgekommen ist mit der Zeitung, Krebsgefahr und man weiß nicht was drin ist, und blablabla. Ich habe schon genug Krankheiten und da es mir ja auch so schlecht damals deswegen ging, habe ich es dann irgendwie sein lassen.“* Für Deep Blue schließlich wäre die Einsicht seinerseits, dass die Räuchermischungen tatsächlich synthetische Stoffe enthalten, ein Grund, den Konsum sofort einzustellen: *„Also, ich zweifle das stark an, dass wirklich synthetische Mittel beigemischt wurden. (I: Okay, und nehmen wir einfach mal an, dass dem so wäre, würdest du es dann trotzdem rauchen?) Nein, dann würde ich es nicht mehr rauchen. Dann würde ich mir aber die einzelnen Kräuter so kaufen und mir selber meine Kräutermischung herstellen. Um sicher zu stellen, dass da keine synthetischen Sachen drin sind.“* Um nochmals und abschließend seine Einzelmeinung einer Verschwörungstheorie hinsichtlich der synthetischen Wirkstoffe zu verdeutlichen, folgt an dieser Stelle ein weiteres Zitat: *„Die haben im Endeffekt jetzt nur den Markennamen geändert. Jetzt kriegst du ja andere Derivate mit den gleichen Inhaltsstoffen, und im Endeffekt können sie es nicht verbieten, weil a) sind die Kräuter an sich, einzeln auf keinem Index vermerkt, auch in den Herkunftsländern nicht, und somit ist es auch schwierig, das gesamte Produkt auf den Index zu stellen. (...) Man kriegt ja die Derivate und ich hab das Derivat Sence doch mal probiert irgendwie und das sind dieselben Kräuter. Und ich weiß auch heute nicht, inwieweit das belegt ist, ob wirklich synthetische Zusatzstoffe drin sind. Oder ob das nicht nur ein Punkt war, um es überhaupt greifen zu können. Um es auch sperren zu können. Ob es nicht einfach nur eine Propaganda ist, mit der Wirkung, es auf den Index setzen zu können, ob das überhaupt wahr ist halt, ja. Weil die einzelnen Kräuter an sich, wie gesagt, haben ja ihre psychotrope Wirkung.“*

Wie oben dargelegt, haben die übrigen Befragten zur Kenntnis genommen, dass synthetische Stoffe in den Räuchermischungen enthalten sind. Dies gilt nach den Aussagen der Expert(inn)en auch für die meisten anderen Kund(inn)en der Produkte. Die überwiegende Reaktion dieser Klientel auf die Bekanntgabe der Laborergebnisse dürfte in etwa der von Franz entsprochen haben: *„(I: Als du davon gehört hast, dass synthetische Cannabinoide da drin enthalten sind, wie hast du denn darauf reagiert?) Scheiße, jetzt wird es verboten (lacht).“* So berichten auch die Expert(inn)en darüber, dass viele der Konsument(inn)en zu diesem Zeitpunkt, spätestens aber nach der Bekanntgabe, dass Spice tatsächlich verboten wird, aufgeschreckt reagiert hätten und häufig „Hamsterkäufe“ getätigt hätten (s. Zitate in 4.2.1).

Auf die Frage nach der jeweiligen Meinung zum Verbot und zur weiteren Entwicklung auf dem Räuchermischungs-Markt gab es bereits unter den Expert(inn)en unterschiedliche Ansichten. Mehrfach wurde die Auffassung vertreten, dass das Verbot „Augenwischerei“ sei; *„wenn in Zukunft was verboten wird, kommt was Neues raus“*. – *„Es gibt ja, ich weiß nicht, 100 oder 200 synthetisch hergestellte Cannabinoide, und bislang sitzen nur zwei aufm BtmG, das heißt, alle Händler, die damit Geld machen wollen, gehen jetzt jedes einzelne Cannabinoid durch, ist halt nur ne Wochensache, bis es wieder verboten wird, aber bis die 200 durch sind, dauert es noch ne Weile.“* – *„Das ist ne Endlosschleife, das ist ein Spiel, das äh... es wird immer wieder was gefunden werden, womit man was umgehen kann, was man natürlich im Endeffekt dann wieder verbieten kann, aber es wird immer wieder Nachfolgeprodukte geben, meiner Meinung nach. Weil generell kann man's gar nicht verbieten... sehr schwierig, sagen wir mal. Und ich bin ja sowieso der Meinung, freie Bürger sollen sich selbst*



entscheiden können, was sie machen.“ Dieses letztgenannte Zitat deutet auf eine Argumentationsfigur hin, die sich auch bei den meisten der Konsumenten findet: Die Skepsis bezüglich der dauerhaften Wirksamkeit des Spice-Verbotes (gerade angesichts der wieder erhältlichen „neuen“ Räuchermischungen) wird in Verbindung mit der Überzeugung geäußert, dass auch Cannabis legal sein sollte. *„Also ich hab damals zu Kumpels gesagt: Wenn ich jetzt ein Jugendlicher wäre, 16, 18 um den Dreh und würde das Zeug rauchen, dann wüsste ich wirklich nicht genau, ob das jetzt nicht wirklich auf die Psyche anschlägt. Und dass das legal ist, wundert mich noch. Das kann nicht lange legal bleiben. Ich würde mich eher freuen, wenn THC legal wird.“* (Franz) – *„Ich denke nicht, dass da ein Umdenken stattfindet. Bei den jungen Konsumenten vielleicht, oder bei Leuten, die noch keine Drogenerfahrung gemacht haben. Aber bei den andern glaub' ich nicht. Wie gesagt, denen wird es auch egal sein, ob etwas legal oder illegal ist. Es gibt die und die Leute. Aber beim Großteil wird das keine Rolle spielen. Die werden sich was anderes suchen, aber nicht ihren Konsum jetzt einstellen, weil der Staat es verboten hat. Und das Ganze betrifft auch das Kiffen. Ich fand damals, dass Kiffen eine der harmlosesten Drogen ist und so, oder besser keine Droge war. Die hätten das legalisieren müssen! Dadurch dass Kiffen verboten war und ich es so harmlos fand, hab ich mir gedacht, die anderen Sachen können auch nicht so schlimm sein. Also es wirkt eigentlich genau umgekehrt, die Politik, die sie da machen“* (Björn Bork). Wiederum eine demonstrativ abgeklärte Haltung nimmt Sven zu diesem Thema ein: *„Auswirkungen gab es nicht auf mich selber. Nur auf meine Mitmenschen, hab ich festgestellt. Ja, viele waren betroffen, traurig und teilweise auch sauer. Und voll Hass wieder mal auf den Staat... so, wieder mal was verboten, man kennt das ja, diese typischen Reaktionen. Ich hab' wirklich nur gelacht, in dem Moment. Mir war's klar, weil, ich hab' vorher mich informiert, ich hab' vorher schon viel Ahnung und viel Wissen da rein gebracht durch meine Drogenerfahrungen. Für mich war das klar, dass irgendwie wieder jetzt der Hammer fällt, in Sachen Verbot oder nicht Verbot.“* Auch dieser Befragte äußert später im Interview die Auffassung, dass eine Cannabis-Legalisierung sinnvoller wäre (obwohl er selbst nicht aktuell Cannabis konsumiert): *„Oder sie sind schlau und raffen es endlich mal, dass man damit vielleicht endlich auch mal Steuern machen kann, so wie Holland das seit Jahren macht“.*

Neben den oben zitierten Expert(inn)en, die erwarten, dass es trotz etwaiger weiterer Verbote zumindest noch eine ganze Weile mit dem legalen Verkauf der sogenannten Räuchermischungen weitergehen wird, gibt es auch einen, der der Auffassung vertritt, das Thema würde sich „totschweigen“: *„Also viele werden dann selber auf den Trichter kommen, dass das nicht gesund ist, oder dass das nicht so die Wirkung hat“.* Hier handelt es sich allerdings um den Vertreter des Ladens, der bereits seit Herbst 2008 Räuchermischungen aus dem Sortiment gestrichen hatte (und sich womöglich seitdem nicht mehr über die wirksamen neuen Produkte informiert hatte).

Die Aussagen der Konsumenten zur Meinung hinsichtlich der synthetischen Wirkstoffe und dem Verbot bestätigen weitgehend die diesbezüglichen Auffassungen der Expert(inn)en: Da die meisten Konsumierenden ohnehin schon zuvor zumindest geahnt hatten, dass irgendwelche Zusatzstoffe in den Räuchermischungen enthalten sind, waren die meisten nur wenig beeindruckt von der Nachricht über JWH-018 und CP47-497. Die meisten schätzten offenbar den Umstand, dass das Produkt kurz darauf verboten wurde, als weitaus gravierender für sich selbst ein als die möglichen Risiken der synthetischen Cannabinoide.

### 4.3 Resümee

Ambivalente Beobachtungen zeigen sich im Hinblick auf die (potenzielle) Klientel von Spice und anderen Räuchermischungen: Einerseits zählte offenbar zumindest zu Zeiten der starken Medienpräsenz der Produkte eine nennenswerte Menge von Personen, die zu diesem Zeitpunkt keinerlei illegale Drogen konsumierten, zur Spice-Kundschaft. Allerdings scheint es, als ob die weit überwiegende Zahl dieser Personen die Droge aus Neugierde lediglich maximal einige wenige Male probierte. Somit wurde mit den Räuchermischungen zwar teilweise eine „neue“ Klientel für rauchbare psychoaktive Substanzen angesprochen, die jedoch allenfalls in den seltensten Fällen zu regelmäßig Konsumierenden wurden. Die Befragung der Schüler(innen) deutet im Übrigen einerseits darauf hin, dass diejenigen ohne oder mit nur geringen Drogenerfahrungen nur eine kleine Minderheit der Spice-Probierer(innen) repräsentieren, und dass andererseits nur ein sehr kleiner Anteil derjenigen, die die Droge ausprobieren, zu regelmäßig Konsumierenden werden dürfte. Unter diesen regelmäßigen Konsument(inn)en sind wiederum allem Anschein nach diejenigen deutlich in der Mehrheit, die mit Räuchermischungen einen regelmäßigen Cannabiskonsum substituieren. Weitgehend offen bleiben muss indes, inwiefern sich bei diesen Personen das Konsumverhalten ändern würde, wenn keine legalen Räuchermischungen zur Verfügung stünden. Unter den fünf befragten Konsumenten gaben zwei auf die entsprechende konkret gestellte Frage hin an, dass sich bis auf den Wegfall des Räuchermischungs-Konsums nichts ändern würde, sich mithin ihr Substanzkonsum insgesamt reduzieren würde. Zwei andere wiederum würden in diesem Fall vermutlich mehr Cannabis konsumieren, und ein weiterer Befragter würde mehr Zigaretten rauchen. Vermutlich hängt die tatsächliche Ausrichtung des Konsummusters vor allem davon ab, wie stark der Räuchermischungs-Konsum einer Person auf rechtliche Zwänge (Drogentests) oder entsprechende Ängste zurückzuführen ist – diejenigen, die in dieser Hinsicht mehr zu befürchten haben, würden ohne Räuchermischungen vermutlich insgesamt tendenziell weniger konsumieren. In diesem Zusammenhang gilt es hervorzuheben, dass in Abweichung zu den Vermutungen der Expert(inn)en überraschenderweise nur eine Minderheit der befragten fünf Konsumenten rechtliche Gründe als Hauptmotiv für ihren Konsum angibt, während die konkrete Wirkung der Produkte einen weitaus wichtigeren Stellenwert einnimmt als zuvor vermutet.

Angesichts der vergleichenden Aussagen über Geschmack und Geruch sowie der Beobachtung, dass viele Cannabiskonsument(inn)en die Räuchermischungen mit ihren synthetischen Wirkstoffen explizit ablehnen, scheint das Spice-Phänomen nur einen kleinen Teil derjenigen zu tangieren, die Cannabis und anderen illegalen Drogen grundsätzlich positiv gegenüberstehen. So haben z.B. lediglich 17% der 15-18-jährigen Schüler(innen) mit Cannabiserfahrung bzw. 31% der aktuell Cannabis Konsumierenden Spice ausprobiert. Für einen Großteil der Cannabiskonsument(inn)en ist also offenbar die Legalität kein hinreichendes Argument, um den höheren Preis und das als schlechter wahrgenommene Aroma der Räuchermischungen hinzunehmen. Auch die Künstlichkeit des Wirkstoffes dürfte für viele ein abschreckender Faktor sein. Für Personen, die bereits häufiger Räuchermischungen konsumiert haben, spielt Letzteres hingegen bemerkenswerter Weise häufig keine Rolle. Augenscheinlich gibt es also eine gewisse Klientel, die die synthetischen Wirkstoffe als willkommene Erweiterung des Repertoires an konsumierbaren Drogen betrachten und dabei

auch gerade die gebrauchsfertige und mit bunten Verpackungen versehene Aufmachung der Produkte zu schätzen wissen – von Personen, die sich in Folge der Spice-Welle über Internet-Chemikalienhändler die entsprechenden Reinsubstanzen beschafft hätten (worüber in Internetforen vereinzelt diskutiert wird), war im Laufe der Pilotstudie jedenfalls nicht die Rede.

Abschließend sei nochmals kurz auf ein wesentliches Ergebnis dieser Pilotstudie eingegangen: Die zentrale Rolle, die die Medien im Zusammenhang mit dem Spice-Phänomen spielen. Bereits bei anderen Drogenphänomenen wurde oftmals vermutet, dass die mediale Berichterstattung einen besonderen Einfluss auf die Verbreitung haben kann (Brecher 1972, MacDonald/ Estep 1985, Jenkins 2007) – im Falle der Spice-Produkte hat sich diese Vermutung offenbar weitgehend bestätigt. Zeitungsartikel und Fernsehberichte mit vorgeblich aufklärendem und warnendem Charakter nahmen offenbar für viele Rezipienten eher die Funktion einer Gebrauchsanweisung und indirekt einer Aufforderung zum Ausprobieren ein. Bemerkenswert ist in Zeiten der hohen Verbreitung des Internet auch die herausragende Bedeutung, die den „klassischen“ Massenmedien Fernsehen und Zeitungen/ Zeitschriften zukommt: Nachdem in einschlägigen Internetforen schon länger über die Wirkungen von Spice diskutiert wurde, waren es offenbar erst die Fernsehberichte, die schlagartig einen Boom der Räuchermischungen auslösten. Spekulationen darüber, dass das Fernsehen insbesondere für junge Menschen zunehmend irrelevant werde (vgl. z.B. SPIEGEL-Online 2007), scheinen also zum jetzigen Zeitpunkt zumindest stark übertrieben zu sein.

## 5. Literatur

- Auwärter, V./ Dresen, S./ Weinmann, W./ Müller, M./ Pütz, M./ Ferreiros, N. (2009): 'Spice' and other herbal blends: harmless incense or cannabinoid designer drugs? *Journal of Mass Spectrometry*, 1 (Letters to the Editor, Internet-Veröffentlichung "Early View" - <http://www3.interscience.wiley.com/cgi-bin/fulltext/121673438/PDFSTART>).
- Benschop, A./ Nabben, T./ Korf, D. (2009): *Antenne 2008. Trends in alcohol, tabak en drugs bij jonge Amsterdammers*. Amsterdam: Rozenberg.
- Brecher, E.M. (1972): *Licit and Illicit Drugs*. Boston/ Toronto: Little, Brown and Company.
- BMG (Bundesministerium für Gesundheit) (2008): Einundzwanzigste Verordnung zur Änderung betäubungsmittelrechtlicher Vorschriften (21. BtMÄndV) vom 18. Februar 2008. Quelle: <http://www.bgblportal.de/BGBl/bgbl1f/bgbl108s0246.pdf>
- BMG (Bundesministerium für Gesundheit) (2009): Zweiundzwanzigste Verordnung zur Änderung betäubungsmittelrechtlicher Vorschriften (22. BtMÄndV) vom 19. Januar 2009. Quelle: <http://www.bgblportal.de/BGBl/bgbl1f/bgbl109s0049.pdf>
- Bogner, A./ Menz, W. (2005): Das theoriegenerierende Experteninterview. Erkenntnisinteresse, Wissensformen, Interaktion. In: Bogner, A./ Littig, B./ Menz, W. (Hg.): *Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung*. 2. Aufl. Wiesbaden: VS-Verlag: 33-70.
- EMCDDA (2009): *EMCDDA Action on new drugs briefing paper: Understanding the 'Spice' Phenomenon. A report from an EMCDDA expert meeting, 6 March 2009*. Lissabon: European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction
- Huffman, J.W./ Szklennik, P.V., Almond, A./ Bushell, K./ Selley, D.E./ He, H./ Cassidy, M.P./ Wiley, J.B./ Martin, B.R. (2005): 1-Pentyl-3-phenylacetylindoles, a new class of cannabimimetic indoles. In: *Bioorganic & Medicinal Chemistry Letters*, 15(18): 4110–4113.
- Jenkins, P. (2007): 'The Ice Age'. *The Social Construction of a Drug Panic*. In: Inciardi, J./McElrath, K.: *The American Drug Scene. An Anthology*. 5th ed. New York City: Oxford University Press: 283-298.
- Kemmesies, U.E. (2004): *Zwischen Rausch und Realität. Drogenkonsum im bürgerlichen Milieu*. Unter Mitarbeit von Bernd Wense. Wiesbaden: VS-Verlag.
- Korf, D.J./Kemmesies, U.E./Nabben, T. (1998): Trendstudie Drogen. Ein Instrument zu verbesserten Analyse neuer Drogenumgangsformen. In: *Sucht*, 4: 280-284.
- Kraus, L./ Pfeiffer-Gerschel, T./ Pabst, A. (2008): Cannabis und andere illegale Drogen: Prävalenz, Konsummuster und Trends. *Ergebnisse des Epidemiologischen Suchtsurveys 2006*. *SUCHT, Sonderheft 1*: 16-25.
- MacDonald, P.T./ Estep, R. (1985): Prime Time Drug Depictions. In: *Contemporary Drug Problems*, 12 (2): 419-438.
- Mayring, P. (1995): Qualitative Inhaltsanalyse. In: Flick, U., et al. (Hg.) (1995): *Qualitative Sozialforschung*, 2. Aufl. Weinheim: Beltz: 209-213.
- Merton, R.K./ Kendall, P. (1993): Das fokussierte Interview. In: Hopf, C./ Weingarten, E. (Hg.): *Qualitative Sozialforschung*. 3. Aufl. Stuttgart: Klett-Cotta: 171-204.

Prinzleve, M./ Werse, B./ Müller, O. (2006): Repräsentativbefragung zum Konsum psychoaktiver Substanzen der erwachsenen Wohnbevölkerung in Frankfurt am Main. Centre for Drug Research – Johann-Wolfgang-Goethe-Universität, Frankfurt a.M.

SPIEGEL-Online (2007): „Die Vorherrschaft des Fernsehens bröckelt“ (von R. Meyer-Lucht). Artikel vom 16.10.2007, Quelle: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,511807,00.html>

Steup, C. (2008): Untersuchung des Handelsproduktes „Spice“. Frankfurt a.M.: THC PHARM GmbH, Quelle: <http://usualredant.de/drogen/download/analyse-thc-pharm-spice-jwh-018.pdf>

Rätsch, C. (2007): Enzyklopädie der psychoaktiven Pflanzen. 8. Auflage Baden: AT Verlag.

Waldorf, D./ Biernacki, P. (1981): Snowball Sampling. Problems and Techniques of Chain Referral Sampling. Sociological Methods and Research, Vol.10, no.2: 141-163.

Weissman, A./ Milne, G.M./ Melvin, L.S.(1982): Cannabimimetic activity from CP-47,497, a derivative of 3- phenylcyclohexanol. In: Journal of Pharmacology And Experimental Therapeutics, 223, 2: 516-523.

Werse, B. (2009): Spice, Smoke, Sence & Co. – Cannabinoidhaltige Räuchermischungen: Konsum und Konsummotivation vor dem Hintergrund sich wandelnder Gesetzgebung. Unter Mitarbeit von Uwe E. Kemmesies. Projektantrag an das Bundesministerium für Gesundheit. Frankfurt a.M.: Centre for Drug Research/ Goethe-Universität.

Werse, B./ Müller, O./ Bernard, C (2008): Jahresbericht MoSyD. Drogentrends in Frankfurt am Main 2007. Unter Mitarbeit von C. Schell. Frankfurt a.M.: Centre for Drug Research - Goethe-Universität.

Werse, B./ Müller, O./ Bernard, C (2009): Jahresbericht MoSyD. Drogentrends in Frankfurt am Main 2008. Unter Mitarbeit von C. Schell. Frankfurt a.M.: Centre for Drug Research - Goethe-Universität.

Zurhold, H./ Müller, O. (Hg.) (2007): Kokainkonsum zwischen Hedonismus und Verelendung. Ergebnisse einer multiperspektivischen Studie aus Frankfurt am Main. Freiburg: Lambertus.



## Websites

<http://herbal-store.de>

<http://legal-ziehen.spacequadrat.de/>

<http://v3.somagarden.net>

[www.azarius.at](http://www.azarius.at)

[www.drogen-forum.us](http://www.drogen-forum.us)

[www.hanfverband.de](http://www.hanfverband.de)

[www.land-der-traeume.de](http://www.land-der-traeume.de)

[www.pierre-markuse.de](http://www.pierre-markuse.de)

[www.rauchpalast.de](http://www.rauchpalast.de)

[www.smoke-world.info](http://www.smoke-world.info)

[www.spice-alternative.com](http://www.spice-alternative.com)

[www.spiceblogger.de](http://www.spiceblogger.de)

[www.spice-forum.net](http://www.spice-forum.net)

[www.spiceladen.de](http://www.spiceladen.de)

[www.spice-nice.de](http://www.spice-nice.de)

[www.spice-portal.net](http://www.spice-portal.net)

[www.spice-store.de](http://www.spice-store.de)

[www.weedstore.de](http://www.weedstore.de)

## Anhang 1: Leitfaden für Expert(inn)en

- a) Seit wann haben/hatten Sie Räuchermischungen, insbesondere Spice, im Angebot?
- b) Wie viel haben Sie im Schnitt etwa vor dem Spice-Verbot von den einzelnen Produkten verkauft? (*Menge und/oder Umsatz pro Tag oder Woche*)
- 1) Wie hat sich der Umsatz mit diesen Produkten im Laufe der Zeit entwickelt? (*möglichst genaue Schätzungen über Beginn und Ausmaß der evtl. Umsatzsteigerung, Preisveränderung und Nachfrageverhalten über die Monate hinweg*)
  - 2) Worin lagen Ihrer Meinung nach die Gründe für etwaige Änderungen in der Nachfrage der einzelnen Produkte?
- c) Wie offen wird von den Kund(inn)en angesprochen, dass Sie die Räuchermischungen zum Rauchen (bzw. ggf. auch oralem Konsum) kaufen?
- d) Gibt es auch Kund(inn)en, die die Produkte im „eigentlichen“ Sinne verwenden, also verräuchern?
- e) Wird offen über die Wirkung bzw. Nebenwirkung der unterschiedlichen Räuchermischungen gesprochen?
- 1) Sind bestimmte Räuchermischungen besser oder schlechter zum Rauchkonsum geeignet als andere? Was sind die Kriterien hierfür?
- f) Wie werden Wirkungen bzw. Nebenwirkungen beschrieben?
- g) Wie sind die Kund(inn)en von Spice bzw. Räuchermischungen zu charakterisieren? (*zunächst: allgemein, Probierer/Neugierige und regelmäßige Konsument(inn)en*)
- 1) Altersstruktur (wie viele Jugendliche, junge Erwachsene, Ältere)
  - 2) Geschlecht
  - 3) Erscheinungsbild/ Stil (eher „freakig“, seriös, konventionell/ „normal“ etc.)
  - 4) (vermuteter) sozialer Hintergrund/ Bildungsstand/ Berufstätigkeit (Ober-/ Mittel-/ Unterschicht, Berufsgruppen, Schulabschluss, auch: Schüler(innen), Student(inn)en)
  - 5) Erfahrungen mit bzw. regelmäßiger Konsum von Cannabis? (bzw. ggf. auch anderen illegalen Drogen)
- h) Wie sind regelmäßige Konsument(inn)en von Spice bzw. Räuchermischungen zu charakterisieren? (*Personen, die die Produkte mehr als nur einmal oder einige wenige Male ausprobiert haben*)
- 1) Einzelheiten: s.o.; zusätzlich:
  - 2) Wie viele dieser Personen sind regelmäßige Cannabiskonsument(inn)en, die diese Produkte anstatt und/oder ergänzend zu Haschisch/Marihuana konsumieren?
  - 3) Wie viele konsumieren sonst eher keine illegalen Drogen? Gibt es regelmäßige Konsument(inn)en, die zuvor keine Erfahrungen mit Cannabis hatten?

- 4) Wie viele haben rechtliche Probleme wegen Cannabiskonsum (v.a. Führerscheinprobleme)?
- i) Was sind Ihrer Meinung nach die wesentlichen Gründe bzw. Motive für den wiederholten bzw. regelmäßigen Konsum von Räuchermischungen und wie sind diese unter den entsprechenden Konsument(inn)en verteilt? (**zunächst nicht die einzelnen unten stehenden möglichen Motive nennen**)
- 1) Geschmack/ Geruch
  - 2) Verfügbarkeit
  - 3) Preis
  - 4) Legalität des Drogenbesitzes
  - 5) Nicht-Nachweisbarkeit der Wirkstoffe im Körper
- j) Welche Kriterien sind/waren Ihrer Meinung nach wichtig bzw. weniger wichtig hinsichtlich der Kaufentscheidung für ein *bestimmtes* Produkt (vor & nach dem Verbot)?
- 1) Geschmack/ Geruch
  - 2) Erwartete Wirkung
  - 3) Verpackung
  - 4) Angegebene Inhaltsstoffe
  - 5) Preis
- k) Welche Konsummuster gibt es unter Räuchermischungs-Konsument(inn)en und wie sind diese Ihrer Meinung nach verteilt? (z.B. gelegentlicher Konsum, Wochenendkonsum, Feierabendkonsum, Dauerkonsum)
- 1) Wie werden diese Produkte Ihrem Eindruck nach konsumiert bzw. appliziert? (Joint, Bong, Tee, sonstiges)
  - 2) Gibt es Konsument(inn)en, die exzessive Konsumphasen entwickeln?
  - 3) Wird eher gleichmäßig häufig konsumiert oder schwankt die Intensität der Konsumphasen?
- l) Können Sie sagen, welche der noch legal erhältlichen Räuchermischungen beim Rauchen eine Wirkung zeigen?
- m) Was gibt es ggf. ansonsten für Kriterien dafür, bestimmte Produkte in das Angebot aufzunehmen?
- n) Wie wurde von Konsumentenseite auf das Spice-Verbot und die Diskussionen im Vorfeld reagiert?
- o) Was ist Ihre Meinung zum Spice-Verbot und welche zukünftigen Entwicklungen bezüglich Räuchermischungen erwarten Sie?

## Anhang 2: Leitfaden für Konsument(inn)en

- a) Wie hat das mit dem Konsum von Räuchermischungen, insbesondere Spice, bei Ihnen angefangen?
- Welche Erfahrungen und Konsumgewohnheiten hatten sie zuvor mit legalen und illegalen Drogen?
  - Wann und wo haben Sie das erste Mal davon gehört, dass es wirksame Räuchermischungen gibt?
  - Wann haben Sie das erste Mal Spice o.ä. probiert? Wodurch wurden Sie zum Konsum motiviert und wie waren die konkreten Bedingungen?
  - Wann hat sich ein regelmäßiger Konsum eingestellt? Wodurch motiviert?
  - Umstieg von Cannabis auf Räuchermischungen, ergänzend zu Cannabis oder „Neueinstieg“?
  - Applikationsform (Joint, Bong oder andere)?
  - Wie hat sich währenddessen Ihr Konsum anderer legaler/ illegaler Drogen entwickelt?
- b) Wie hat sich der Konsum seit dem Einstieg entwickelt? (*ansteigender, abnehmender, wechselnder, gleichbleibender Konsum*)
- Bis zum Verbot von JWH-018 und CP 47,497? (Gelegentlicher Konsum, Wochenend-, Feierabend-, Dauerkonsum)
  - Wie hat sich der Konsum nach dem Verbot entwickelt?
  - Umstieg auf andere legale Räuchermischungen?
  - Umstieg auf illegale Drogen oder andere legale Drogen?
  - Abbruch des Konsums?
- c) Wie lässt sich die Wirkung beschreiben? (*bezogen auf Spice, andere mittlerweile verbotene Produkte und auch die noch legalen Räuchermischungen*)
- Unmittelbare psychoaktive Wirkungen, insbesondere im Vergleich zu Cannabis
  - Etwaige Nebenwirkungen oder auch Nachwirkungen
  - Sind bestimmte Räuchermischungen besser oder schlechter zum Rauchkonsum geeignet als andere? Was sind die Kriterien hierfür?
- d) Wie informieren Sie sich über Spice und andere Räuchermischungen bzw. haben sich informiert? (*Wirkungen, Legalstatus, Erhältlichkeit etc.*)
- Möglich z.B.: Freunde/ Bekannte oder Headshops
  - Internet: Blogs, Foren (wenn ja, welche?), Shops, Hersteller, sonstiges
  - Welche Erfahrungen haben Sie mit unterschiedlichen Informationsquellen gemacht, insbesondere im Hinblick auf die Glaubwürdigkeit/ Zuverlässigkeit?

- e) Was sind die für Sie wesentlichen Gründe bzw. Motive für den wiederholten bzw. regelmäßigen Konsum von Räuchermischungen? (*Generell sowie bezogen auf einzelne Produkte*) **(zunächst nicht die einzelnen unten stehenden möglichen Motive nennen)**
- Geschmack/ Geruch
  - Verfügbarkeit
  - Preis → hier ggf. gezielt nachfragen, inwiefern ein hoher Preis mit hoher Qualität im Zusammenhang steht
  - Legalität des Drogenbesitzes
  - Nicht-Nachweisbarkeit der Wirkstoffe im Körper
- f) Wie haben Sie reagiert, als bekannt wurde, dass synthetische Substanzen für die Wirkung von Spice und anderen Produkten verantwortlich sind?
- Hat sich diese Nachricht auf Ihren Konsum ausgewirkt?
  - Wie ist Ihre Meinung zu diesem Thema bzw. generell zur Frage synthetische vs. natürliche Substanzen?
- g) Welche Bedeutung/Auswirkungen hatte das Verbot von JWH-018 und CP47,497 für Sie?
- h) Was ist Ihre Meinung zum Spice-Verbot und welche zukünftigen Entwicklungen bezüglich Räuchermischungen erwarten Sie?
- Hier ggf. noch mal abschließend nach der grundsätzlichen Meinung zu Drogenkonsum und Drogenpolitik fragen