

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 Konsummotive standen hier im Mittelpunkt des Interesses. Bei der Kontaktierung der Befragten wurde das Ziel erreicht, eine gewisse Bandbreite an unterschiedlichen Konsummotiven, Konsummustern und Vorerfahrungen 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 konsumieren 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 wegen der Illegalität 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 Involvierung 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 wahrgenommen, 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 eingeschätzt. Für einige seit dem Verbot neu auf dem Markt erschienene Räuchermischungen wurde der Geschmack aber zumindest besser bewertet als zuvor für die Spice-Produkte.

Konsummotivationen

Nicht überraschend ist für diejenigen, die erstmals Räuchermischungen probieren, die 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 Experten 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 Auffälligkeiten 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 Experten 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 diejenigen Gebrauchshäufigkeiten, die 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 gar 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 gehört. 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 Klientel 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 Konsumierenden scheint es mehr oder weniger 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 ist dabei ein wichtiges Argument für den Konsum.