Auswertung der Gruppendiskussion der partizipativen Begleitgruppe von SCRIPT

Die Gruppendiskussion wurde mit Cannabiskonsumierenden Personen geführt

Beatrice Metry

Berner Institut für Hausarztmedizin

März 2023

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung 3
2 Methodisches Vorgehen 4
2.1 Zuständigkeitsabklärung bei der kantonalen Ethikkommission Bern 4
2.2 Erhebungs- und Auswertungsverfahren 4
2.3 Stichprobe 4
3 Ergebnisse aus der Gruppendiskussion 6
3.1 Reaktionen auf weitere Cannabisproduktideen 6
3.2 Gewinnorientierte versus nicht-gewinnorientierter Cannabisverkaufsmarkt 7
3.3 Werbung für Cannabisprodukte 10
3.4 Einsatz der Cannabissteuern 11
3.5 Denkbare Cannabis-Verkaufsstellen 12
3.6 Reaktionen auf die Auswahlkriterien für die Studienteilnehmenden 14
3.7 Ausblick 14
4 Fazit 15
5 Anhang 1: Frageroute Gruppendiskussion 16

1 Einleitung

Im vierten Quartal vom Jahr 2021 wurde mit den neun Mitgliedern der partizipative Begleitgruppe der SCRIPT Studie Einzelinterviews geführt. Im Juli 2022 und im Februar 2023 traf sich die Gruppe je einmal zur Gruppendiskussion in den Räumlichkeiten der Universität Bern. Die Einzelinterviews wie auch diese Gruppendiskussion wurden inhaltsanalytisch ausgewertet und die Resultate in einem Bericht dargestellt.

Bis dato sind folgende Berichte entstanden und erhältlich:

- Auswertung der Einzelinterviews zu SCRIPT vom März 2022
- Auswertung der Gruppendiskussion zu SCRIPT vom Juli 2022
- Auswertung der Gruppendiskussion zu SCRIPT vom März 2023 (vorliegender Bericht)

Die partizipativen Begleitgruppe der SCRIPT-Studie traf sich am 13. Februar 2023 zur zweiten Gruppendiskussion. Von den anfänglich neun Mitglieder der partizipativen Begleitgruppen, waren diesmal fünf cannabiskonsumierende Personen anwesend, die sich unter der Moderation von Beatrice Metry (wissenschaftliche Mitarbeiterin) zu folgenden Themen austauschte:

- weitere Cannabisprodukte (Mundspray, Suppositorien, Crèmes)
- Gewinnorientierter versus nicht-gewinnorientierter Markt
- Cannabis-Verkaufsmarkt-Optionen
- Auswahl der Studienteilnehmenden

Der Auswertungsbericht skizziert die Stichprobe und wird anschliessend den Themen entlang der Frageroute, welche im Anhang zu finden ist, vorgestellt. Im Anhang findet sich die Frageroute.

2 Methodisches Vorgehen

Nachfolgend werden die verschiedenen Teile des Vorgehens beschrieben. Alle befragten Personen haben vor dem Einzelinterinterview (2021) einen Informed consent unterzeichnet und sich durch ihre Unterschrift mit dem Interview sowie den nachfolgenden Gruppendiskussion und deren Auswertung einverstanden erklärt. Darin wurde ihnen Anonymität zugesichert.

2.1 Zuständigkeitsabklärung bei der kantonalen Ethikkommission Bern

Am 31. Mai 2021 wurde das Konzept zur qualitativen Begleitforschung mit dem Titel «Einsatz einer partizipativen Begleitgruppe bestehend aus Cannabiskonsumierenden Erwachsenen als Ergänzung während der Planungsphase des Projekts SCRIPT 2» bei der Kantonalen Ethikkommission (KEK) eingereicht, um deren Zuständigkeit zu prüfen. Die KEK befand, dass sie nicht zuständig sei. Dies bedeutet, dass diese Forschung nicht unter das Humangesetz Artikel 2, Absatz 1 fällt und Einzel- und Gruppeninterviews mit der ausgewählten Zielgruppe durchgeführt werden können, ohne ein Gesuch einzureichen. Nach diesem Bescheid[1] vom 20. Juni 2021 wurde mit der Akquise von Teilnehmenden gestartet.

2.2 Erhebungs- und Auswertungsverfahren

Die Daten wurden durch eine Gruppendiskussion entlang einer definierten Frageroute, während einem Zeitraum von zwei Stunden, durchgeführt und digital aufgezeichnet sowie anschliessend transkribiert.

Das Transkript wurden mittels der Software MAXQDA inhaltsanalytische ausgewertet. Das bedeutet in einem ersten Schritt die Codierung des Textes, anschliessend eine Verdichtung der einzelnen Aussagen sowie das Verschriftlichen der Ergebnisse.

2.3 Stichprobe

Für die Gruppendiskussion wurden alle neun Personen, welche bereits bei den Einzelinterviews mitgemacht und den entsprechenden Informed consent unterzeichnet haben, angefragt. Via doodle wurde der Termin vereinbart.

Ein Gruppenmitglied hat sich abgemeldet, da die Person für ein Jahr im Ausland studiert und deshalb nicht an den Sitzungen teilnehmen kann. Zwei Personen haben sich kurzfristig abgemeldet und eine Person hat sich im Datum geirrt und kam deshalb nicht. Dies führte dazu, dass an dieser Gruppendiskussion fünf cannabiskonsumierende Personen plus die Moderatorin anwesend waren. Die nachfolgende Tabelle gibt eine Übersicht der Stichprobe.

[1] BASEC-Nr Req-2021-00609, Bescheid der Zuständigkeitsabklärung liegt vom 20.6.2021 vor

	Einzelinterviews **4. Quartal 2021**	**Gruppendiskussion 1** **Juli 2022**	**Gruppendiskussion 2** **März 2023**
Anzahl Personen	9	6	5
Jahrgang	1957, 1975, 1990, 1991, 1993, 1999, 2000, 2001, 2000	1957, 1975, 1991, 1993, 2001, 2002	1957, 1991, 1993, 2000, 2002
Branche Beruf	Studium (3) Logistik (2) Finanzen (1) Fotografie (1) Grafik (1) Fitness (1)	Studium (1) Logistik (1) Finanzen (1) Fotografie (1) Grafik (1) Fitness (1)	Studium (2) Finanzen (1) Grafik (1) Fitness (1)
Geschlecht	weiblich 3 männlich 5 non-binär 1	weiblich 2 männlich 3 non-binär 1	weiblich 2 männlich 3 non-binär 0
Nationalität	Schweiz 9	Schweiz 6	Schweiz 5

3 Ergebnisse aus der Gruppendiskussion

Die Ergebnisse werden nachfolgend entlang der Frageroute aufgeführt. Zahlen in runden Klammern weisen darauf hin, wie viele der Befragten in diese Richtung geantwortet haben. Befindet sich keine Klammer hinter der Aussage, handelt es sich um eine Einzelnennung. In eckigen Klammern wird der Absatz in der MAXQDA-Datei (A), in welchem das genannte Zitat gefunden werden kann, aufgeführt.

3.1 Reaktionen auf weitere Cannabisproduktideen

Der Gruppe wurden Suppositorien, Mundspray und (Schleim-)Hautcrème als weitere Cannabis-Produktideen vorgestellt. Drei Personen äusserten, erst Erstaunen über diese Ideen und meinten anschliessend ihnen würde bei diesen Produkten die Sinnlichkeit des Drehens und Rauchens fehlen. Weitere erste Reaktionen waren: die schnelle Aufnahme der Wirkstoffe über die Schleimhäute; die potentere Wirkung als beim Rauchen; weniger Nebenwirkungen, da keine Rauchabfallprodukte eingeatmet werden. Eine weitere Stimme äusserte, dass mit Mundspray, Zäpfchen und Crèmes der Cannabiskonsum verdeckt bleibe. Die letzte Aussage wird mit nachfolgendem Zitat unterlegt:

> Ich habe das Gefühl, mit diesen Rauschkonsumformen, kann man sehr inkognito unterwegs sein. Wenn du kiffst, dann riechst du den Rauch. Es ist auffällig. Und sonst habe ich das Gefühl, du kannst sprayen oder nimmst ein Zäpfchen und da schaut niemand hin. Es ist etwas, wo ich das Gefühl habe, man kann es besser versteckt halten. [A:58]

Die Teilnehmenden waren sich einig, einen Cannabis-Mundspray würden sie ausprobieren (5). Der Mundspray fand Anklang, weil dieser effektiv und einfach zu dosieren sei (4), wie nachfolgendes Zitat belegt:

> Weil beim LSD finde ich den Spray genial. Also das effektive Dosieren. 20/40 oder wie viel. Einfach, dass du es präzis dosieren kannst. Und daher, heute wo dieses Gras einfach so stark ist und die Dosierung wirklich heikel, finde ich das ein Problemthema. [A:32]

Zur Dosierung des Mundsprays gaben zwei Personen an, eine Dosierung würde ausreichen. Der Konsum könne gut mit der Anzahl Stösse reguliert werden. Eine weitere Person gab zu bedenken, dass auch bei einem Cannabis-Mundspray jede Person anders auf die Cannabiswirkstoffe reagiere und dies beim Konsum berücksichtigt werden müsse.

Für eine Person ist klar, dass Mundspray geruchlos sei. Eine andere äusserte, falls dieses Produkt geruchlos sei, dies ein guter Reisebegleiter sein könnte.

> Weil, es würde natürlich ein gewisses Problem, das man beim Reisen hat, lösen. Wenn man etwas hat, das absolut nicht riecht. Dann könnte dies der Begleiter auf Reisen sein. [A:63]

Dagegen äusserte eine andere Stimme, Schmuggeln sei nicht die Idee von neuen Cannabisprodukten. Die (Schleim-)Hautcrèmes würden vier Personen ausprobieren. Eine Stimme äusserte Interesse an einer Nasensalbe zu haben, dies als weitere Produkteidee.

Suppositorien als Verabreichungsform von Cannabis gab in der Gruppe zu reden. Auf der einen Seite äusserten mehrere Personen, Zäpfchen seien mit Kranksein konnotiert (2) bzw. gehöre nicht zum Genusskonsum. Die belegen nachfolgende Zitate:

> Ja. Zäpfchen ist für mich sehr negativ mit Kranksein konnotiert. [A:42]
>
> Die Zäpfchen sind für mich unnötig, eigentlich. Also ich sehe da nur den medizinischen Hintergrund. Für den Genusskonsum ist es nicht praktisch, wenn ich das so sagen kann. [A:45]
>
> Ich habe mir jetzt die Kifferrunde vorgestellt. Statt einen Joint rundumreichen, gibt man sich gegenseitig ein Zäpfchen. [A:24]

Generell zu diesen Produktideen, äusserten die Teilnehmenden (3), diese würden eine neue Zielgruppe ansprechen. Genannt wurden Menschen, die bisher nicht geraucht bzw. gekifft hätten oder auf eine gesündere Konsumform umsteigen möchten. Nachfolgende Aussage untermalt dies:

> Aber ich denke auch, für jemanden, der es nicht kennt und es gerne einmal probieren möchte, und seine Lunge nicht schädigen will, weil er noch nie geraucht hat, dann ist so ein Spray...// Also, dass diese Person eher auf ein Spray oder ein Zäpfchen oder keine Ahnung auf was ansprechen würde. Aber jetzt halt der 0815-Kiffer ist halt einfach, wie schon erwähnt, wir sind gerne mit unseren Joints und unserem Drehen und alle dem. [A:27]

Eine der befragten Personen äusserte, sie fände es an der Zeit mit der Umsetzung der Studie zu beginnen bevor weitere Konsumformen ausgearbeitet würden. Diese Person formulierte ihre Aussage wie folgt:

> Nach jetzt sechs Jahren darüber diskutieren, ob man jetzt darf oder nicht. Und man legt extra einen Gesetzesartikel mit Experimentierartikel fest […] habe ich das Gefühl, ich würde das jetzt lieber mal Rauchen oder Vaporisieren statt x-verschiedene Konsumvariationen zu haben. [A:24]

Es gibt auch kritische Bemerkungen zu den weiteren Darreichungsformen. So äusserte eine Person Bedenken, da Mundspray durch die diskrete Einnahme und steten Verfügbarkeit zu vermehrtem Konsum einladen könne, wie folgendes Zitat aufzeigt:

> Aber das kann auch nach hinten losgehen. Weil, wenn du einen Spray dabeihast, der dich immer anlacht, wo du immer schnell hervornehmen kannst und sprayen ohne, dass irgendjemand etwas mitbekommt. Das kann auch in die andere Richtung laufen. [A:37]

Eine weitere Stimme geht in die ähnliche Richtung und fügt an, dass die oben genannten Eigenschaften der Produkte zu einem versteckten Suchtverhalten führen könnten.

> Ich habe das Gefühl, […] mit diesen Rauschkonsumformen […] kann man sehr inkognito unterwegs sein. Wenn du kiffst, dann riechst du den Rauch. Es ist auffällig. Und sonst habe ich das Gefühl, du kannst sprayen oder nimmst ein Zäpfchen und da schaut niemand hin. [A:58]

3.2 Gewinnorientierte versus nicht-gewinnorientierter Cannabisverkaufsmarkt

Die Teilnehmenden wurden gefragt, welche Art von Verkaufsmarkt sie für Cannabisprodukte generell sehen würden. Vorgestellt wurden der gewinnorientierte und der nicht-gewinnorientierte Markt. Der Grundtenor der Anwesenden tönte gegen den Kapitalismus für den Cannabismarkt. So folgen hier einige Zitate, die dies belegen:

> Überall wo Goldgräberstimmung herrscht, da ist es plötzlich so, dass man nur noch das Positive sieht. Vielleicht auch die Gefahren, die damit einhergehen, denn Risiken gibt es überall. Ja, eben, dass man die Kuh melkt, bis sie stirbt. […] Für mich persönlich steht Hanf für etwas anderes. Es steht für Entschleunigung. Und nicht für das Karussell dreht immer schneller und der Stress nimmt zu. [A:124]
> Ja, eine von den grössten Ängsten, eigentlich, dass es immer nur darum geht, dass mehr Geld damit gemacht wird. Und das alles teurer wird. […] Und, ja, dieses Gewinnorientierte, dass man mit etwas, für mich Schönem, nachher das Schlechte daraus genommen wird. [A:85]

> Auch wenn ich das uncool finde, dass Cannabis so kommerziell ausgestattet wird, denn ich finde, es entspricht nicht dem Naturell der Pflanze. Es ist ein Unkraut, das überall wächst und dafür nachher Geld oder viel Geld zu verlangen, finde ich moralisch, ja, das schneidet sich. [A:89]

> Es wird immer Leute geben, die aus irgendetwas einen Profit schlagen werden. Das kann man nicht abstreiten. Und es war auch so, als man das CBD legalisiert hat. [A:91]

Dagegen hält eine Stimme folgendes:

> Auch wenn der ganze Kapitalismus und alles Scheisse ist, Fakt ist, wenn es Gewinn gibt, dann ist Akzeptanz da. Und das Ziel ist schlussendlich, dass es [das Cannabis] akzeptiert wird. [A:92]

Eine weitere Stimme äusserte, wo Gewinne entstünden, würden sich alle freuen und dies schaffe Akzeptanz in der Gesellschaft. Diese Akzeptanz (3) wurde als Vorteil des gewinnorientierten Marktes gesehen. Auch der offene Umgang zum Beispiel mit Cannabiswerbung schaffe ein anderes Bild und führe zu Akzeptanz in der Gesellschaft.

Eine weitere Person sprach die Konkurrenz auf dem Markt als positiven Effekt an. Denn so würde auch der Schwarzmarkt unter Druck geraten und das fanden mehrere Anwesende ein gutes Argument (3), das für den gewinnorientierten Markt spreche. Nachfolgend zwei Zitate dazu:

> Zu dem sehe ich auch bei der Variante 1 [gewinnorientierter Markt] den ganzen Schwarzmarkt, der eher zusammenbricht, wenn man das so macht. [A:92]

> Auf der einen Seite würde ein kapitalistischer Markt sicher den Preis drücken. Weil einfach ein Konkurrenzdenken ist, sage ich jetzt einmal. [A:89]

Ein weiterer Vorteil des gewinnorientierten Marktes sah eine anwesende Person in der Schaffung von Arbeitsplätzen in unterschiedlichen Gebieten (Anbau, Produktion, Werbung, Verkauf). Diese Arbeitsplätze seien für unsere Gesellschaft wichtig.

Der nicht-gewinnorientierte Ansatz, so äusserten zwei Personen, sei eher für medizinische Produkte sinnvoll. Wenn es um Genuss gehe, «sollte man voll auffahren und richtig dran gehen» [A:127], so eine Stimme.

Als klarer Nachteil im nicht-gewinnorientierten Markt wurden die regulierten Preise genannt (4). Da die Preise staatlich vorgegeben seien, wären sie überteuert und der Schwarzmarkt könne weiterblühen. Eine Person äusserte, dass regulierter Markt nur teilweise die Wünsche der Konsumierenden decken würden, dies formulierte sie wie folgt:

> Ich denke, wenn man es streng reguliert machen will, dann ist es so das Prinzip vom kleinen Finger geben und man nimmt die Hand. Weil es einfach ein bisschen erlaubt wird, aber nicht in diesem Ausmass wie es gewünscht wird. Das ist vielleicht noch ein kritischer Punkt. Ich glaube schon, dass es ein grosser Schritt ist, aber man muss sich bewusst dazu entscheiden, den grossen Schritt zu nehmen und nicht den kleinen. [A:182]

Als Vorteil im nicht-gewinnorientierten Markt wurde die Berücksichtigung von sozialen Institutionen und Vorhaben gesehen (2). Zwei Personen gaben an davon überzeugt zu sein, dass es in der Schweiz ein regulierter Markt wird, da auch der Tabakmarkt stark reguliert sei.

Die Anwesenden äussern, dass wohl eine Mischform der beiden Marktansätze für die Zukunft denkbar wäre. So sollte unbedingt eine Abgabe für Prävention, Suchbehandlung oder psychiatrische Therapien (3) vorgesehen werden.

> Und ich habe das Gefühl, so eine Mischform, wäre etwas Cooles. Auch wenn es kapitalistisch wäre, könnte man sagen, 10 oder 20% vom Umsatz gehen in die Suchtprävention rein. [A:89]
>
> Ich finde auch, eine Mischform, die einzige gute Lösung ist. [A:91
>
> Für mich ist es jetzt noch spannend, weil ich recht anti-Werbung bin. Und das war nun recht spannend, diesen Ansatz einmal zu hören. Und ja, es macht definitiv Sinn, dass wir anders denken. Ich sehe jetzt auch die Nachteile im nicht-gewinnorientierten. Aber ich finde, man sollte den richtigen Weg aus beidem finden. Weil, ich nicht sagen kann fix dies oder das. Es ist sicher ein Thema, das noch ein bisschen länger geht, wo ich das Gefühl habe, dass man da noch den richtigen Weg finden muss. [A:147]

Eine weitere Person äussert, sie finde den Begriff «gewinnorientiert» falsch, es sollte eine *Marktorientierung* verfolgt werden, da eines der Ziele sei, den Schwarzmarkt zu eliminieren. Diese Person führt ihre Gedanken wie folgt aus:

> Ich würde es nicht so formulieren "gewinnorientiert", ich würde sagen: "marktorientiert". Weil eines der Ziele ist der Schwarzmarkt zu eliminieren. Das heisst, wenn ich Unternehmer bin und jetzt Cannabis produziere, dann kann ich nicht einfach sagen, ich will jetzt einfach viel verdienen und das ist jetzt teuer. Sondern, ich muss den Schwarzmarkt wegbringen. Das heisst, ich muss phasenweise sehr weitrunter mit dem Preis, damit dies gelingt. Es ist ja so, als würde die eine Gangsterbande gegen die andere kämpfen. […] So, also in diesem Sinn wäre es für mich nicht gewinnorientiert, sondern der Marktansatz. Wie der Markt funktioniert. Und in diesem Sinn, kann ich nicht sagen, es setzt sich aus dem, dem und dem zusammen und das gibt den Preis. Sondern, der Preis ist allein definiert von der Frage: Wie bringen wir den Schwarzmarkt weg? Das habe ich das Gefühl, müsste der Ansatz sein, weil das ja ein Ziel ist. [A:136]

Nachfolgend werden generelle Aussagen zum zukünftigen Cannabismarkt in der Schweiz dargestellt.

> Ich habe das Gefühl, es ist wohl wie eine Evolution, schlussendlich. Mit der Regulierung und der Entkriminalisierung wird es einmal zur Legalisierung kommen. Aber auch da, die Schweiz ist konservativ. Da geht noch viel Wasser die Aare runter, bis wir den ersten Joint rauchen mit diesem legalen Bio-Hanf.

Es wurde das Anliegen einer Lösung auf Bundesebene geäussert, um dem Cannabistourismus zwischen den Kantonen vorzubeugen.

Ebenfalls wurde der Eigenanbau angesprochen. Dieser sollte bei einer Marktöffnung für den Eigengebrauch erlaubt werden (4). Dies mit nachfolgender Begründung:

> Die älteste Ausgrabung in der Schweiz ist bei Egolzwil, bei Wauwil. Dort haben sie Hanfsamen gefunden. Also, die ältesten Sachen in unserem Gebiet sind Hanfsamen. Also, das ist wirklich ein uraltes Kulturgut von hier. Das finde ich wichtig. [A:97]

3.3 Werbung für Cannabisprodukte

Die Anwesenden wurden dazu befragt, ob Cannabisprodukte beworben werden sollen. Dazu äusserten sich drei Personen eher kritisch. So befürchtet eine Person, eine verstärkte Ächtung von Cannabiskonsumierenden in der Gesellschaft. Sie äusserte dies wie folgt:

> Dass sich nachher alle darüber aufregen können. So: Ja, jetzt machen sie noch Werbung dafür. Das kann ja nur schlimmer kommen. [A:85]

Eine andere Person merkte an grundsätzlich soll keine Werbung für Cannabisprodukte gemacht werden, wie nachfolgendes Zitat zeigt:

> Ich finde nicht, dass man Werbung für Cannabis machen sollte. Ich finde auch nicht, dass man für Alkohol Werbung machen sollte. [A:198]

Und die dritte Person äusserte Kiffen sei eine Lebenseinstellung und die könne nicht beworben werden. Ebenso schneide allfällige Cannabiswerbung die aktuellen Auflagen der Tabak- und Alkoholwerbung.

> Ich glaube, für viele ist es nur ein Ausprobieren. Aber Kiffen ist eine Lebenseinstellung. Eben, ich bin auch kritisch eingestellt gegenüber der allgemeinen Werbung. Weil ich das Gefühl habe, es schneidet sich mit dem Alkohol und dem Tabak. [A:188]

Des Weiteren lobte eine dieser drei Personen die mundzumund-Propaganda als gut funktionierendes Werbemittel, wie nachfolgendes Zitat gut unterlegt:

> Aber ich finde schlussendlich schon mundzumund-Propaganda eine gute Werbung und eine die richtig gut funktioniert. [A:202]

Eine weitere Person gab an, sie fände es sinnvoll, wenn Cannabiswerbung denselben Vorschriften unterliege wie die Alkohol- und Tabakwerbung. Und noch eine weitere Stimme fand, gerade das Angebot von sauberem Cannabis, sollte unbedingt beworben werden, wie nachfolgendes Zitat gut zeigt.

> Also das fände ich, dass man dies unbedingt bewerben sollte. […] Also, wenn du nachher einem halbwegs anständigen Kiffer sagst, was da auf dem Schwarzmarkt passiert, und das willst du doch nicht. Bezieh es doch anders. Die Leute kaufen Havelaar Produkte. Argumente funktionieren. Viele Leute hören auf Argumente. Nicht alle, aber viele. Und in diesem Sinn zu sagen, was die Konsequenz ist, wenn du es auf dem Schwarzmarkt kaufst. [A:207]

Dieselbe Person erläuterte, dass Zigarettenwerbung ebenfalls darauf abziele, dass die Konsumenten die Marke wechselten und es nicht darum gehe, Nichtraucher:innen zu Raucher:innen zu machen.

3.4 Einsatz der Cannabissteuern

Dass über kurz oder lang auf Cannabisprodukten eine Steuer erhoben werde, war allen Anwesenden klar. Die Cannabissteuer wurde mit der Tabak- und der Alkoholsteuer in Zusammenhang gesetzt. Dabei äusserten zwei Personen, dass die Steuer auf allen drei politischen Ebenen (Gemeinde, Kanton, Bund) verteilt werden soll. Eine Stimme bevorzugte die Gemeinde, da diese auch die Infrastruktur genehmige und dort die Wirkung der Steuer am besten sichtbar werden. Der Einsatz der Steuergelder, wurde von den Anwesenden in der Suchtprävention, Jugendarbeit, sozialen Institutionen und der Notfallpsychiatrie gesehen. Nachfolgendes Zitat gibt darüber Aufschluss, wie das aussehen könnte:

> Also, jetzt einmal so aus der Hüfte geschossen, wenn man sagt, 20% der Einnahmen werden als Steuer abgegeben. Da könnte man eine Aufteilung machen. Ein Viertel von diesen 20% geht in die Prävention, ein Viertel geht in die Notfall-Psychiatrie oder sonst

> Psychiatrie, ein Viertel geht in die AHV und ein Viertel geht in die restlichen Sozialwerke. Und dann könnte man schauen, wie wird es verwendet. Wenn man merkt, in der Psychiatrie braucht es nicht viel, nur ein Bruchteil, dann könnte man das dann auch verschieben. [A:265]

3.5 Denkbare Cannabis-Verkaufsstellen

Die Ideen für weitere Verkaufsstellen – nebst den Apotheken – sind in dieser Runde vielfältig. Was deutlich hervorkam ist, eine Stiftung, die mit harten Drogen oder der Methadonabgabe in Verbindung gebracht wird, geht für die Anwesenden gar nicht. Das bedeutet auf dem Markt Bern, dass die Stiftung Contact für den Verkauf von Cannabisprodukten von Cannabiskonsumierenden nicht akzeptiert würde, was nachfolgendes Zitat unterstreicht:

> Also ich finde alles, was [die] Herkunft hat von harten Drogen, finde ich ein absolutes No-Go! Weil, diese Scheissbehauptung, es sei eine Einsteigerdroge, einfach nährt. Und da ist wirklich null Toleranz. Einfach nicht. [A:214]

> Ja, genau. Denn das ist eine der ganz grossen Lügen und die müssen wir nicht nähren. Also wirklich nicht. [A:216]

Das Cannabisangebot würde gut in die Bio-Läden passen, fanden die Anwesenden (5). Diese seien in die Quartieren, also Nahe der Kundschaft und den Leuten vertraut, das wurde als Vorteil gesehen. Die Bio-Läden hätten oft pro Abteilung spezialisiertes Personal. Das könnte für die Cannabisecke, genauso sein und würde bedeuten, dass eine Person eine zwei - dreitägige Schulung machen würde. Dafür kämen auch Quereinsteiger ohne Eidgenössischen Fähigkeitszeugnis (EFZ) in Frage. Die folgenden Zitate belegen, diese Aussagen:

> Dann könnte es auch sein, dass wenn jetzt irgendjemand hört oder im Haller-Laden ein Plakätchen ist "Cannabis kann hier gekauft werden" oder so etwas. Dann denkt man: "Aha, hier kann man das beziehen". Das liegt aber nicht einfach beim Gemüse und man kann es in den Plastiksack packen und wägen. Das müsste beim Käsestand oder so sein, wo man sagen kann: "Ich würde gerne ein bisschen Gras kaufen". Und dann wäre die erste Frage: "Hast du bei uns schon einmal gekauft?" Und wenn ja, dann: "Klar, von welchem, wie viel?" Und wenn es das erste Mal ist, dann gibt es ein kurzes Einführungsgespräch. Was man (im Sortiment) hat. [A:235]

> Und vielleicht so zwei oder drei Tage hast. Zum Beispiel, wie wenn du Autofahren lernst. Da machst du den Nothelfer. Da gehst du zwei Tage hin, hast ein paar Stunden Inputs, füllst am Schluss etwas aus und dann ist gut. Und ich finde, dann wäre es nicht einmal wichtig, dass man einen EFZ hat, sondern einfach diese Schulung. Dann macht man diese Schulung, die geht zwei Tage und dann passt das für mich. Vom Stoff her reichen

> zwei Tage, das ist durchaus möglich, eine Person aufzuklären, dass er andere Menschen aufklären kann. [A:316]

> Da kommen auch Leute, die eine Ahnung davon haben. Es muss niemand sein, der eine EFZ-Ausbildung hat. Eben, ich kenne Leute, die weiss wie viel Ahnung vom Kiffen haben und vom Anbau bis zu weiss nicht was, aber sonst keine Ausbildung. Und ich meine, ja, wenn du nachher noch ein bisschen mit Leuten umgehen kannst...// Schau an einem anderen Ort und mach eine Ausschreibung so: "Hey, bist du extrovertiert und kannst mit Menschen umgehen und hast eine Ahnung von Cannabis?" Aber, dass man auch Arbeitsplätze schaffen kann für Menschen, die an einem anderen Ort keine Chance hätten. Aber dort blühen sie voll auf. Ja, klar, sie müssen noch so einen Tag in den Unterricht und dann wissen sie auch, was ist gut, was ist nicht gut. Aber eben, auch einmal anderen Leuten eine Chance geben. Auch Quereinsteiger. [A:329]

Weitere Informationen könnten mit einem Aufsteller (Broschüren, Touchscreen oder QR-Code) den Kunden und Kundinnen angeboten werden, ergänzte eine weitere Person, das Bio-Laden-Angebot.

Zustimmung fand auch die Selbstvermarktung der Cannabisprodukte durch die Bio-Bauern selbst. Eine Idee, welche unter den Anwesenden Anklang fand, war der 1.Augst-Brunch, bei welchem das Cannabisangebot des Bauernbetriebes vorgestellt werden dürfe (3). In gleichem Mass Zustimmung fand die Idee, das Angebot in den Head bzw. Growshops auszubauen (3). Da seien die Fachpersonen bereits am Werk und Zubehör könne gekauft werden. Auch die vorgestellten Cannabisvereine (analog den Social Clubs in Spanien) erhielten ein positives Echo (3). Nachfolgendes Zitat verdeutlicht die Idee, dieser lokalen Cannabisvereine:

> Ja, das geht so ein bisschen in diese Richtung. Aus der Region für die Region. Dass ein Club besteht, in dem Leute aktiv Mitglied sind und auch Leute dazu holen können. Und die können dann zum Eigenpreis ihr Cannabis kaufen. Dann findet alle drei Monate eine Ernte statt und dann hat man 1 Gramm für 3-4 Franken. Und das ist schlussendlich auch eine billige Variante. Ich habe das Gefühl, die Leute werden nicht gerne bevormundet, gerade mit Rauschmittel. [A:140]

Vereinsstatuten würden regeln, wer wie viel Cannabis erwerben darf. Eine aktive Mitgliedschaft wäre eine Pflicht. Weitere Ideen waren Tabakläden und Kioske in den Cannabisverkauf einzubinden. Oder Cannabisbars zu eröffnen, in denen Cannabis gekauft und konsumiert werden könnte. Cannabisbars als Verkaufsmarkt einzusetzen hätte den Vorteil, dass sie abends und an den Wochenenden geöffnet sind.

Ein Bedürfnis der Anwesenden war Cannabisrauchzonen (3) festzulegen. Da sollte das Rauchen von Cannabisprodukten möglich sein. Vergleichbar mit den Raucherzonen an den Flughäfen oder Bahnhöfen.

3.6 Reaktionen auf die Auswahlkriterien für die Studienteilnehmenden

Bezüglich der Auswahlkriterien, die definieren, wer an der Studie teilnehmen darf, kamen wenige Reaktionen auf. Eine Person meinte, die Zahlen 55% männlich, 40% weiblich und 5% andere, sei eine unfaire Verteilung, da mehr Männer als Frauen berücksichtigt würden. Eine weitere Person meinte, das sei ok, wenn diese Zahlen das Verhältnis der kiffenden Personen in unserer Gesellschaft abbilde. Und eine dritte Person äusserte, die Parameter würden nüchtern und verständlich wirken, das sei ok.

Mehr als die Parameter interessierte die Teilnehmenden, ob sie sicher an der Umsetzungsstudie teilnehmen könnten, den dies sei ihnen zugesichert worden, als sie sich für das Engagement in der partizipativen Begleitgruppe angemeldet hätten. Den Teilnehmenden wurde von der Moderatorin zugesichert, dass dies so sei, und sie an der Umsetzungsstudie zugelassen würden.

3.7 Ausblick

Eine nächste Begleitgruppensitzung wird für den Mai 2023 vorgesehen. In der Zeit dazwischen könnte es sein, dass die Teilnehmenden etwas zum Lesen und Rückmelden erhalten würden. Die Frage dazu war, ob sie dazu bereit wären. Da stimmten alle fünf Personen zu. Ebenfalls würden alle fünf Personen über einen Rechner verfügen, an welchem sie die Dokumente lesen und direkt Notizen hineinschreiben könnten. Ein Ausdruck der Dokumente wünscht niemand der Anwesenden.

4 Fazit

Die Teilnehmenden dieser Begleitgruppensitzung äusserten Neugierde bezüglich der weiteren Cannabisproduktideen. Besonders der Mundspray und Crèmes für Schleimhäute fänden die Anwesenden interessant. Sie gaben an, zu bedenken, dass diese Konsumform im Verstecken stattfinden könne, anders als das Rauchen und somit ein Suchtverhalten weniger augenfällig werden.

In Bezug auf die Marktform nannten die Befragen einige positive Aspekte des gewinnorientierten Marktes, so sei dieser effektiver, wenn es darum gehe, den Schwarzmarkt zu schwächen und gesellschaftliche Akzeptanz des Cannabiskonsums zu erlangen. Eine Mischform wäre realistisch. Dabei sollten 10-20% des Umsatzes für Soziales (Notfall-Psychiatrie, Suchtprävention, etc.) abgegeben werden. Die beste Werbung für Cannabisprodukte sei die mundzumund Propaganda. Weitere Werbung sei eher unrealistisch, da Tabak und Alkohol auch nicht beworben werden dürften.

Als weitere Cannabisverkaufsstelle wurde der Bio-Laden im Quartier hervorgehoben. Vorstellbar seien auch Head- bzw. Growshops, Cannabisbars, Tabakläden und Kioske. Was für die Teilnehmenden als Verkaufsstelle gar nicht geht, sind Stiftungen oder Stellen, welche mit harten Drogen in Verbindung gebracht werden.

Die nächste Begleitgruppensitzung ist für den Mai 2023 vorgesehen. In der zwischenzeit sind die Teilnehmenden bereit Informationsschreiben, Flyer etc. zu lesen und dazu eine schriftliche Rückmeldung zu geben. Alle Anwesenden verzichten auf einen Ausdruck per Post, sie würden die Unterlagen elektronisch lesen und bearbeiten.

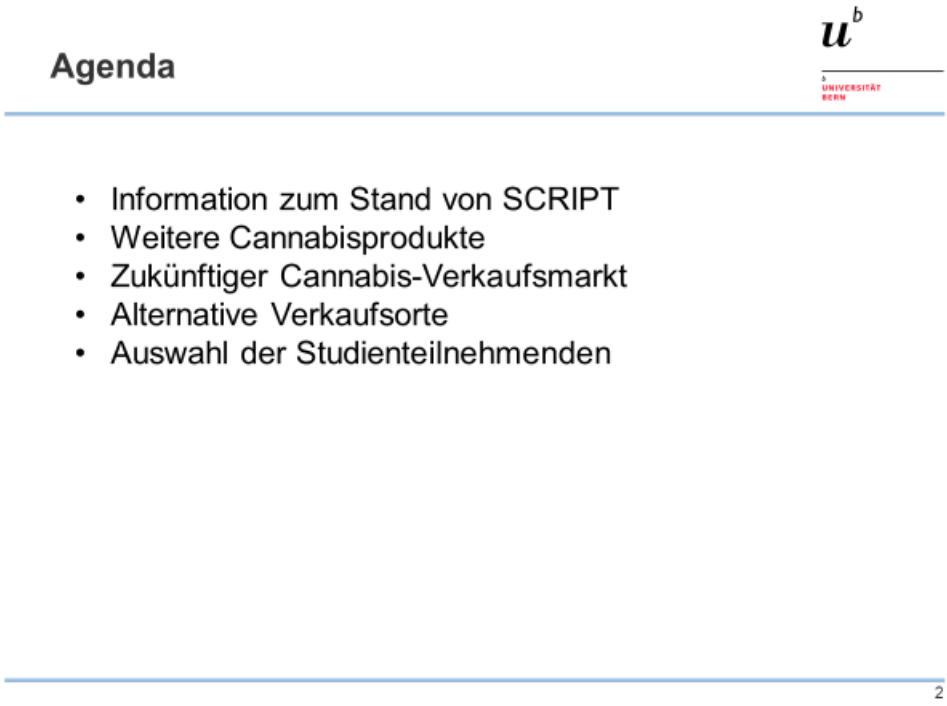
.

5 Anhang 1: Frageroute Gruppendiskussion

Vorbereitung Begleitgruppe für Cannabiskonsumierende

SCRIPT

6. Februar 2023 / 18:30 – 20:30



Informationen zu SCRIPT

Der Bewilligungsprozess ist am Laufen
- Der Kanton Bern unterstützt Studie nicht und lehnt Abgabe Cannabis grundsätzlich ab.

- Genügend Studien um Entscheid treffen
- negatives Signal für die Jugendlichen

Gespräch mit Kanton wird gesucht
Voraussichtlicher Beginn in Bern im Spätsommer 2023
Bewilligungsprozess Versuche in den Kantonen Zürich, Genf und Waadt laufen.

Cannabisproduzent kann erst ab April aussäen, die Ernte wird im Spätsommer 2023 erwartet.

- Gras wird von Beginn an zur Verfügung stehen
- Harz wird wahrscheinlich später kommen

3

Bereits geplante Cannabisprodukte

4x Cannabisblüten

2x Cannabisharz

2x Cannabisöl

2x Cannabis E-Flüssigkeit

4

Zusätzliche Cannabisprodukte

Mundspray

Crème für die Haut oder Schleimhaut (z.B. nasal, vaginal, anal) oder Zäpfchen

5

Fragen

Was kommt Ihnen spontan in den Sinn, wenn Sie daran denken, diese Produkte bei uns erwerben zu können?

Würden Sie solche Produkte kaufen? Welche?

Was müsste sein, dass Sie diese Produkte kaufen würden? Für welche Gelegenheit würden Sie solche Produkte kaufen?

Was würden Sie garantiert nicht kaufen? Weshalb?

6

Zukünftiger Cannabismarkt

Variante 1: gewinnorientiert, kompetitiver Markt

Viele Produktionsbetriebe
Produktevielfalt
Werbung, Aktionen, Promotionen
Ziel = Marktsteigerung, illegaler Markt schnell dämpfen
Diverse Verkaufsstellen
Preisdruck
Gewinne für die Betriebe und deren Aktionäre/ Inhaber
Zunahme von Konsumierenden

7

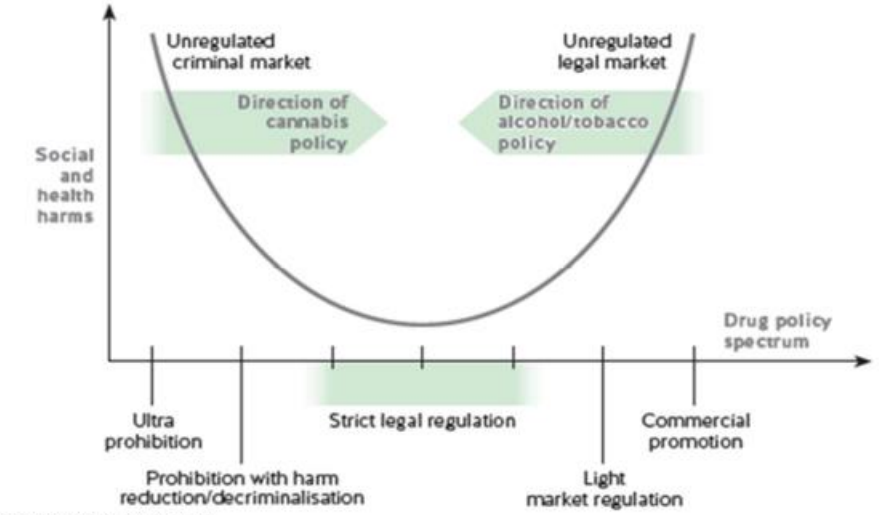
Zukünftiger Cannabismarkt

Variante 2: nicht-gewinnorientiert, strikt regulierter Markt

Produktionsfirmen benötigen eine (kantonale/ eidgenössische) Zulassung/ Lizenz
Produkte sind vordefiniert
Bestimmte Verkaufsstellen
Preise sind vergleichbar/ gleich
Keine Werbung
Gewinne werden in Suchtprävention und zu weitere Zwecke für «community» investiert

8

Zukünftiger Cannabismarkt



Transform 2013, Marks 2008

9

Zukünftiger Cannabismarkt

Variante 2: nicht-gewinnorientiert, kompetitiver Markt

Studie verfolgt einen ***nicht-gewinnorientierten, strikt regulierter, Ansatz***.

Den Preis, den ihr für das Produkt bezahlen werdet, deckt

1. Den Aufwand der Apotheken,
2. Den Aufwand für die Herstellung
3. Der restliche Betrag fliesst zurück in die Studie (z.B. um Gutscheine zur Aufwandsentschädigung der Teilnehmenden kaufen).

10

Fragen mit Fokus auf den Verkaufsmarkt

- Welches sind eure ersten Gedanken, wenn ihr diese Marktvarianten seht?
- Was wäre für euch der optimale zukünftige Cannabis Markt?
- Wo seht ihr in ***gewinnorientierten Ansätze*** Vor- und Nachteile?
- Wo seht ihr in ***nicht-gewinnorientierten Ansätze*** Vor- und Nachteile?
- Was spricht euch an? Weshalb?
- Was denkt ihr wo wird sich der Schweizer Markt einpendeln?

11

Fragen mit Fokus auf den Verkaufsmarkt

- Was denkt Ihr, soll Werbung erlaubt sein?
  - Wenn ja, in welcher Form?
  - Wo?
    - Plakate an Strassenränder
    - Fernsehspots
    - Kino
    - Verkaufsstellen
    - Spezifische Zeitschriften
    - Online (social media, influencer, websites, …)

12

Fragen mit Fokus auf den Verkaufsmarkt

- Wer soll im Verkaufsmarkt aktiv sein?
  - Apotheken, Cannabisläden, Online Shops, Kiosk
  - Eine Stiftung, ein Verband, andere Non-Profit-Organisationen
- Auf welcher Ebene sollen Steuern erhoben werden?
  - Bund, Kanton, Gemeinde
- Für was sollen die erhobenen Steuern eingesetzt werden?
  - Prävention, Betreuung von Personen mit einer Cannabissucht, soziale Werke, AHV, …

13

Alternativer Verkaufsort

Alternativ zu den Apotheken wird eine weitere Verkaufsstellenmöglichkeit evaluiert.

Im Moment ist die Stiftung Contact Bern im Gespräch
Es werden separate Cannabis-Verkaufsstellen sein

Die SCRIPT-Studie hat Interesse zu ergründen, ob, wer und wann diese alternativen Verkaufsstellen aufgesucht werden. So kann ein Vergleich mit den Apotheken gemacht werden.

14

Fragen

Wie steht ihr zu einer alternativen Verkaufsstelle?

Was kommt euch in den Sinn zu:

15

Alternativer Verkaufsort

- Gibt es im Vergleich zu den Apotheken eine Reihenfolge, welche anderen Verkaufsstellen ihr bevorzugt?
  - Welche Reihenfolge?
  - Was sind die Gründe für diese Wahl?

16

Auswahlverfahren Studienteilnehmende

- Es werden viele Anmeldungen erwartet
- Aussagekraft der Studie verbessert sich, wenn die Charakteristika der Teilnehmenden auf die ganze Breite verteilt sind

Überlegung zu Charakteristika

Gender 55% m, 35% w, 5-10% div.
Alter ab 18, gegen oben offen. Anzahl verteilt auf das ganze Altersspektrum
Konsumverhalten täglich oder nicht täglich
Wohnhaft in der Stadt Bern →Anmeldungen aus anderen Gemeinden kommen auf die Warteliste
Registrierung ist ab Sommer 23 möglich, Webseite wird bekannt gegeben

17

Frage

Was sagt ihr zum Auswahlverfahren?

Wie wirken die Kriterien auf euch?

Was erwartet ihr?

18

Ausblick

Die nächste Sitzung ist für den ***Mai 2023*** vorgesehen

Seid ihr bereit zwischenzeitlich ein Informationsschreiben und / oder einen Flyer zu lesen und eine Rückmeldung dazu zugeben?

Wer von euch hat die Möglichkeit, dies elektronisch zu tun?
Wer benötigt einen Ausdruck?

19

Abschluss

20

Laddering Technik:

Vertiefendes Nachfragen mit:

- Weshalb ist dir das wichtig?
- Was bedeutet dies für dich?
- Was verbindest du mit?
- Was würde dir fehlen, wenn xy nicht gegeben wäre? Was würdest du dann vermissen?
- Wie fühlst du dich bei xy?
- Was erwartest du aufgrund von …?