

# **Spice und andere Räuchermischungen**

**Einige Ergebnisse einer  
sozialwissenschaftlichen Pilotstudie (im  
Auftrag der Stadt Frankfurt)**

**Dr. Bernd Werse, Goethe-Universität  
Frankfurt a.M.**



## Was ist „Spice“? - Was sind „Räuchermischungen“?

- Handelsprodukt der Fa. „The Psyche Deli“ (UK)
- Cannabis ähnliche Wirkungen
- Zunächst: Rätselraten über Wirkstoffe

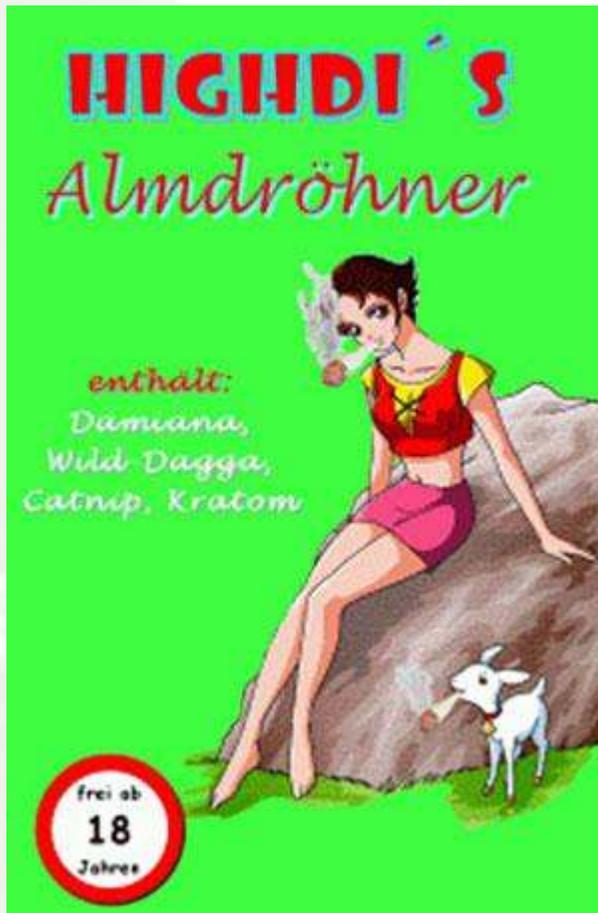


## Spice - Weitere Vorgeschichte (1)

- "Medienhype" im Herbst/ Winter 2008
- Dezember 2008: Analysen zeigen, dass synthetische Stoffe enthalten sind (JWH-018, CP-47,497)



## Wirkungslose Nachahmerprodukte (Beispiele)

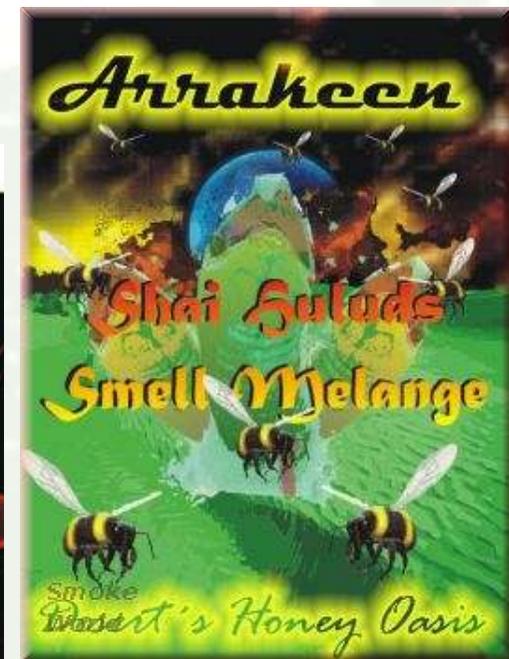
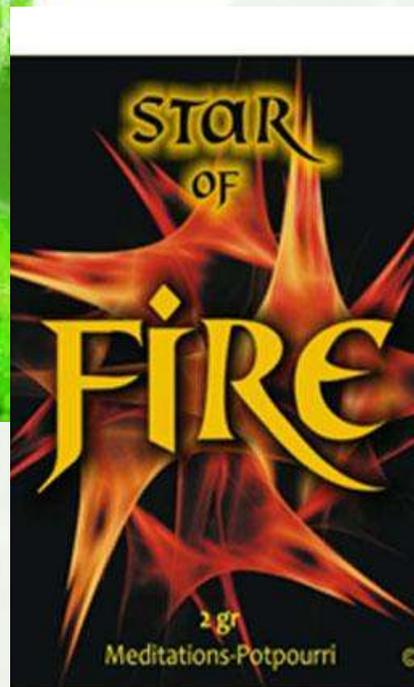


## Räuchermischungen - Weitere Vorgeschichte (2)

- Verbot Ende Januar 2009
- Neue wirksame Räuchermischungen bereits seit Februar 2009
- weitere BtmG-Änderung Januar 2010 (JWH-019, JWH-073)



## Aktuelle wirksame Räuchermischungen/ „Duftöle“



## **Spice-Pilotstudie (i.A.d. Stadt Frankfurt)**

### **Methoden:**

- Sekundärauswertung aus der MoSyD-Schülerbefragung
  - lokale Drogen-Monitoring-Studie für die Stadt Frankfurt
  - Hauptzielgruppe: 15-18-Jährige/ n  $\approx$  1.500)
- Explorative qualitative Interviews mit:
  - 6 Expert(inn)en
  - 5 Konsumenten

### **Ziele:**

Erkundung von Verbreitung, Konsumententypen und Konsummotivationen



## **Folgestudie Spice (i.A.d. BMG)**

### **Methoden:**

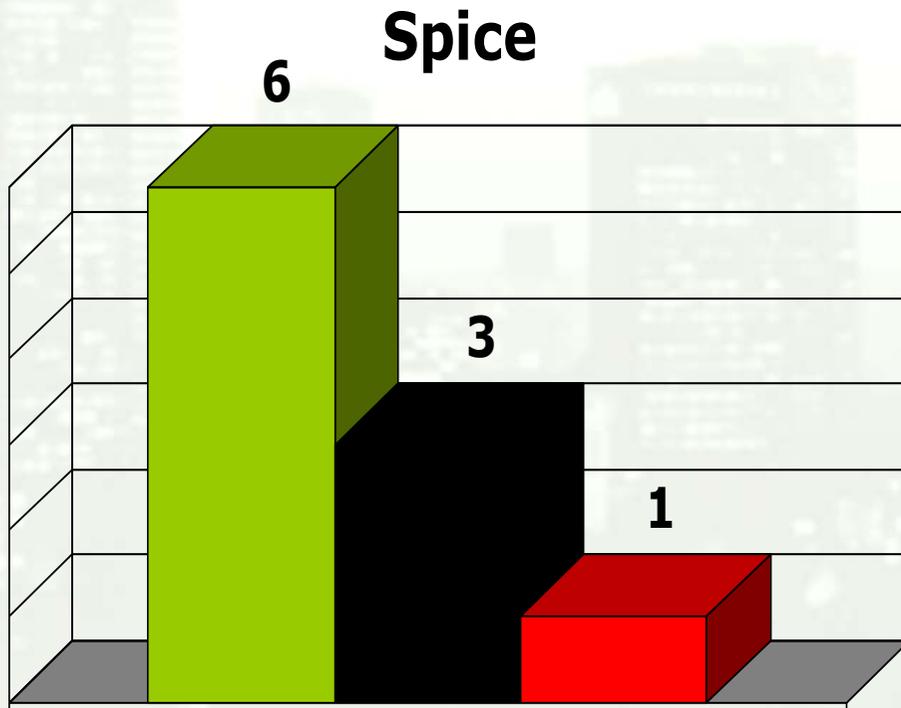
- Fortsetzung der Sekundärauswertung aus der MoSyD-Schülerbefragung (Kurz-Längsschnittstudie/ 2 Jahre)
- Fortsetzung der qualitativen Interviews mit Konsument(inn)en (n=20, zusätzlich zu den 5 aus der Pilotstudie)

### **Ziele:**

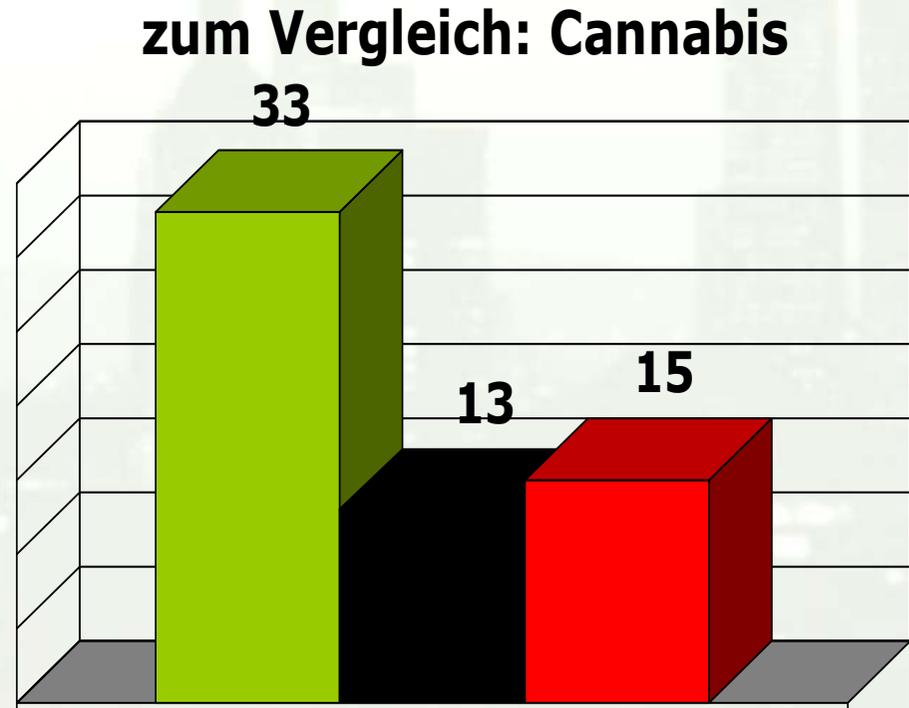
- Verbreitung von Räuchermischungen unter Jugendlichen vor und nach dem Verbot
- Vertiefende Erkenntnisse zu Konsummustern und Konsummotivationen



# Spice: 15-18-Jährige, Ende 2008 (1)



■ Lifetime ■ 30 Tage ■ Lifetime > 10x



■ Lifetime ■ 30 Tage ■ Lifetime > 10x



## Spice: 15-18-Jährige, Ende 2008 (2)

Charakteristika von Spice-erfahrenen Jugendlichen (ab 15 J.)

	<b>Spice-Erfahrene</b>	<b>Gesamtstichprobe</b>
Tabak Lifetime	99%	71%
Tabak 30 Tage	86%	39%
Cannabis Lifetime	88%	33%
Cannabis 30 Tage	64%	13%
Cannabis >10x/ 30 T.	23%	3%
„harte Drogen“ Lifetime	64%	12%
„harte Drogen“ 30 Tage	26%	4%
Alkohol >10x/ 30 T.	30%	14%
Trunkenheit 30 Tage	67%	48%

## Spice-Pilotstudie - Experten- und Konsumentenbefragung (1)

- Nachfrage hat nach „Boom“ und Verbot erst langsam wieder eingesetzt, weitaus geringer als zu „Spice-Zeiten“
- trotz gewisser Quote von „Probierern“ weniger für Jugendliche relevant; Hauptzielgruppe: mittleres Erwachsenenalter



## Spice-Pilotstudie - Experten- und Konsumentenbefragung (2)

- Probierer: oft untypische Personen („Banker“, „Hausfrauen“, „Otto Normal“)
- Regelmäßig Konsumierende: zumeist „substituierende“ Kiffer, u.a. wg. Führerschein  
  
-> weitere Zielgruppe: Therapie/ Substitution/ Arbeitsprojekte etc.



## Spice-Pilotstudie - Experten- und Konsumentenbefragung (3)

- Konsummotive:
  - Legalität (Beschaffung)
  - Nicht-Nachweisbarkeit
  - intensive Wirkung
  - Neugierde
- Konsummuster unterscheiden sich kaum von Cannabiskonsum;
  - Spice entweder ergänzend oder substituierend



## **Spice-Pilotstudie - Experten- und Konsumentenbefragung (4)**

- typisch: Unsicherheit & Verwirrung bzgl. der Markt- & Rechtslage
- relativ häufig: Konsument(inn)en informieren sich nur rudimentär



# Spice und andere Räuchermischungen – Relevanz für Therapie- und Beratungseinrichtungen

- Gerüchte über hohe Anteile von Räuchermischungs-Konsument(inn)en vor allem in abstinenzorientierten Einrichtungen
- Studie zeigt hier allerdings widersprüchliche Resultate

## Spice-Pilotstudie - Nebenaspekte

- „Badesalze“ und „Düngerpillen“
- ➡ „Research Chemicals“
- ➡ weitere Entwicklung auf diesen Märkten?



## Spice-Pilotstudie: Fazit

- Nach dem „Medienhype“ Ende 2008: hohe Anzahl von Neugierigen/ Probierkonsument(inn)en
- seit Anfang 2009: Räuchermischungen nur für eine relativ eng umgrenzte Gruppe (potenzieller) Konsument(inn)en ein Thema
- Das Angebot an Räuchermischungen und anderen legal erhältlichen Drogen wird sich vermutlich stetig weiterentwickeln

# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit !

Bernd Werse, Dr. phil., Goethe-Universität Frankfurt a.M.

[werse@cdr-uni-frankfurt.de](mailto:werse@cdr-uni-frankfurt.de)

**[www.cdr-uni-frankfurt.de](http://www.cdr-uni-frankfurt.de)**

(dort kann auch die Pilotstudie  
heruntergeladen werden)

