



2017/26 Thema

<https://shop.jungle-world.com/artikel/2017/26/high-sein-frei-sein>

In Deutschland löst Cannabis einen Gründer-Boom aus

High sein, frei sein

Von **Carl Melchers**

Auf die Frage nach einer vollständigen Legalisierung von Cannabis gibt sich die Drogenbeauftragte der Bundesregierung Marlene Mortler von der CSU stur. Cannabis für den Alltagskonsum kommt ihr nicht in die Tüte.

Beim Liebeswerben gibt es eine Strategie, die dann zum Zuge kommt, wenn offensichtlich ist, dass es zwischen beiden Seiten die eine oder andere schwerwiegende weltanschauliche Differenz gibt, man die Person aber trotzdem um jeden Preis von sich überzeugen möchte: nicht um den heißen Brei herumreden, sondern eskalieren und das Objekt der Begierde konfrontieren. Dann einen Gang herunterschalten, das Gegenüber davon überzeugen, dass die Differenzen so unüberbrückbar vielleicht gar nicht sind und am Ende eine wunderbare Freundschaft in Aussicht stellen.

Das gilt nicht nur bei der Umwerbung potentieller Liebes-, sondern auch -Koalitionspartner, dachte sich offenbar der Bundesvorsitzende der Partei Die Grünen, Cem Özdemir. Zu Monatsbeginn veröffentlichte er einen offenen Brief an die Drogenbeauftragte der Bundesregierung, Marlene Mortler (CSU), in dem er zunächst polternd mit deren Drogenpolitik abrechnete. Diese sei »krachend gescheitert«, die derzeitige Kriminalisierung von Cannabis nannte er »gesellschaftlich schädlich«. Die Polizei gehe, so Özdemir, hauptsächlich gegen Konsumentinnen und Konsumenten vor, deren Konsumverhalten sich trotz einer Verdreifachung der registrierten Cannabis-Delikte seit 2010 nicht merkbar verringert habe. Der erleichterte Zugang zu medizinischem Cannabis sei, wie es dann etwas versöhnlicher heißt, ein Schritt in die Richtung einer »am Menschen orientierten Politik«. Dazu müsse aber - erhobener Zeigefinger - »endlich Schluss« sein »mit dieser ideologischen Drogenkriminalisierung«.

Die Polizei könne sich dann endlich um die wirklich wichtigen Dinge kümmern, Wohnungseinbrüche etwa, und selbstverständlich wolle man genauso wenig wie die Bundesregierung, dass das Kraut in die Hände von Kindern gerate. Zumal ja auch in dem Ursprungsland der globalen Cannabisprohibition, den USA, inzwischen in vielen Staaten der legale Handel mit Cannabis-Produkten floriere. Ein »Legalize it«-Aufruf, verpackt in

Familienfreundlichkeit, law and -order und den unmissverständlichen Hinweis auf großartige Aussichten für die deutsche Wirtschaft, also alle Herzensangelegenheiten der Unionsparteien. Das Papier ist letztlich ein moderat frech formuliertes Empfehlungsschreiben für eine zukünftige schwarz-grüne Koalition.

Doch gerade die von Özdemir adressierte Mortler verhält sich in der Frage der Cannabis-Legalisierung stur. In -einem am 14. Mai publizierten Interview mit dem Berliner Tagesspiegel wiederholte sie, was seit ihrem Amtsantritt 2014 ihr Mantra ist: Cannabis sei eine »Einstiegsdroge« für den »harten« Drogengebrauch, während die Legalisierungsbewegung die schädlichen Auswirkungen des Cannabiskonsums verharmlose. Die aus ihrer Sicht »massiven Werbekampagnen der Opposition« machte sie sogar für den Anstieg des Cannabiskonsums unter Jugendlichen verantwortlich. Auf die zu erwartende Frage nach den Einstiegsdrogen Tabak und Alkohol trat sie die Flucht nach vorne an: »Wenn wir schon bei Tabak und Alkohol so viele Probleme haben, warum sollen wir uns dann noch mehr mit Cannabis einhandeln?« Ihre Argumentation wirkt wie von vorgestern und eigentlich schon ein wenig disparat. Echte Hardliner und Überzeugungstäter klingen anders.

Gelassen und siegessicher gibt sich hingegen die Chefredakteurin Linn Baumgart während der Eröffnungsfeier des deutschsprachigen Online-Portals »Leafly.de« im Berliner Frozen-Yoghurt-Hipstercafé »Wonderpots«. Ganz und gar nicht gestrig, sondern jugendlich, innovativ und smart, ganz wie im Fernsehen erfolgreiche Unternehmerinnen gezeigt werden, wirkt sie in ihrem sommerlichen Business-Outfit. Sie nippt an der Bar an einem Ingwer-Orange-Sellerie-Fruchtdrink, während sie das Konzept ihres Unternehmens erklärt: »Wir klären auf unserer Website über den legalen Cannabiskonsum auf.« In Deutschland sei das eben medizinisches Cannabis, worüber Ärzte und Patienten in Deutschland viel zu wenig wüssten. Hier gehe es erst einmal darum, auf die Möglichkeiten hinzuweisen. Patienten, Betroffene und Angehörige erhalten auf dem Portal beispielsweise Antworten zu den wichtigsten Fragen rund um die Änderungen im Betäubungsmittelgesetz, die die Verschreibung von medizinischem Cannabis erleichtern.

Die Freigabe von Cannabis für medizinische Zwecke hat in Deutschland einen kleinen Gründer-Boom ausgelöst. Pharmaunternehmen und Therapiezentren warten auf Millionenumsätze, Start-ups hoffen auf den neuen Markt. Vorbild ist das Geschäft mit Cannabis in den USA. Im vergangenen Jahr legte der dortige Markt um 34 Prozent zu, so eine Studie des Arcview Market Research. Danach gaben die US-Amerikaner 2016 mehr als 6,7 Milliarden Dollar für Cannabis-Produkte aus. Im Vorjahr hatte die Wachstumsrate noch bei 17 Prozent gelegen. Mittlerweile gibt es laut der Neuen Züricher Zeitung bereits über 20 kotierte Marihuana-Gesellschaften in den USA. An diesem Goldrausch wollen nun auch in Deutschland viele teilhaben.

»Guilt-Free Goodness« ist ebenfalls der Slogan der Frozen-Yogurt-Kette, in der »Leafly« seinen Launch feiert. Alles frisch, grün und voller Vitamine. Das Image von Cannabis und dessen Konsum ändert sich hierzulande gerade. Im Laden herrscht keine düstere und muffelige Amsterdamer Coffeeshop-Atmosphäre. Guilt bedeutet im Englischen »schlechtes Gewissen« oder »Schuld«. Um diese Art des Konsums von Medizinalhanf geht

es auch »Leafly«. Das US-amerikanische Mutterportal »Leafly.com«, für das Baumgart mehrere Jahre arbeitete, bevor sie die Leitung des deutschen Ablegers übernahm, zeigt, wohin die Reise im Falle einer vollständigen Legalisierung von Cannabis als Genußmittel gehen soll.

Das Portal informiert über alle Neuigkeiten im amerikanischen Cannabis-Universum – es widmet sich rechtlichen und politischen, aber nicht zuletzt auch Lifestyle-Fragen rund um Cannabis. Es gibt Artikel über Eigenanbau oder Urlaubstipps – die Palette ist groß. Man verlässt die Seite mit wertvollem Wissen über die unterschiedlichen Wirkstoffe, die Cannabinoide – das psychoaktive, high und stoned machende Tetrahydrocannabinol (THC) und das beruhigende, zumeist weniger bekannte, aber gerade im medizinischen Bereich häufig verwendete Cannabidiol (CBD) –, und erfährt, dass Kiffen nicht nur dumm macht, sondern im Alter auch gegen Demenz hilft und vieles mehr.

Für Marlene Mortler dürfte sich dabei so manches wie eine Bestätigung ihrer größten Befürchtungen lesen. So stechen schon bei ersten Aufruf der Website die dort veröffentlichten Ratings verschiedener Cannabis-Sorten durch Konsumentinnen und Konsumenten ins Auge. Verschiedene Gras- und Haschischsorten werden unter skurrilen und zuweilen auch leicht provokativen Namen im Stil besonders edler Weinsorten angepriesen. Sie heißen »Sour Diesel«, »Green Crack« oder »Girl Scout Cookies«.

Die Beschreibungen vermischen dabei fröhlich medizinisch mit eher genussorientiert Wissenswertem. »Mit einem süßlichen Wildbeerenaroma, das an sein Blaubeerenelternstück erinnert«, heißt es etwa über den Konsumentenliebling »Blue Dream«, »bringt Blue Dream schnelle Linderung von Symptomen ohne schwere Betäubungswirkungen.« Leafly empfiehlt »Blue Dream« als »beliebtes Alltagsmedikament« gegen Schmerzen, Depression, Übelkeit und »andere Beschwerden«. Das klingt fast so, als müsste Mortler, sollte es überraschend und entgegen derzeitiger Umfragewerte doch zu einer schwarz-grünen Liaison auf Bundesebene kommen, unbedingt -etwas davon durch einen Vaporizer dampfen.