



BRANCHENVERBAND
CANNABISWIRTSCHAFT E.V.

Genuss fördern, problematischen Konsum verhindern und notwendige Hilfen anbieten

Positionspapier - Prävention & Risikominimierung

ELEMENTE

Materialien zur Cannabiswirtschaft

Band 23

Inhalt

Genuss fördern, problematischen Konsum verhindern und notwendige Hilfen anbieten	3
Präventionsaufgaben für eine wirtschafts- und sozialverträgliche Regulierung	5
Maßnahmenvorschläge im Detail	6
1. Präventionsarbeit an Schulen	6
2. Festlegung eines Mindestalters und Zutrittsbeschränkungen	6
3. Beratung und Begleitung von Erstkonsumenten	6
4. Präventive Beratung und Aufklärung in Verkaufsstellen.....	6
5. Schulungen der Mitarbeitenden in Verkaufsstellen	7
6. Maßnahmenkatalog in Form eines Sozialkonzeptes in den Verkaufsstandorten	7
7. Benennung von verantwortlichen Personen	7
8. Möglichkeiten des Ausschlusses von Konsumenten	7
9. Dokumentation der Maßnahmen zu Evaluationszwecken	7
10. Definition eines Rechtsrahmens für Werbebeschränkung, Aufklärung und Beratung	8
11. Schaffung einer THC-Wert-orientierten Besteuerung	8
12. Kindersichere Verpackungen	8
13. Inhaltsinformationen auf der Verpackung	8
14. Piktogramme auf dem Behältnis	9
15. Packungsbeilage mit Anwendungshinweisen und Risiken.....	9
16. Keine umsatzbezogene Bezahlung der Mitarbeiter	9
Anlage 1 - Hintergrund und Ziel einer Schulung	10
Anlage 2 - Hintergrund und Ziel eines Sozialkonzeptes.....	11

Redaktionelle Anmerkungen:

Dieses Positionspapier bietet einen Überblick über verschiedene Vorschläge und Maßnahmen zur präventiven Arbeit und Risikominimierung bei der Legalisierung von Cannabis in Deutschland.

Der BvCW-Vorstand hat diese erste Version des Positionspapiers am 10.06.2022 beschlossen.

Impressum:

ELEMENTE - Materialien zur Cannabiswirtschaft
Schriftenreihe des Branchenverband Cannabiswirtschaft e.V.
(BvCW)

Herausgeber: BvCW e.V., Lusionstr. 54, 10117 Berlin

Verantwortlich: Jürgen Neumeyer

Band 23 Positionspapier Prävention & Risikominimierung

Redaktionsschluss: 12.06.2022 - Version 1



Genuss fördern, problematischen Konsum verhindern und notwendige Hilfen anbieten

Prävention & Risikominimierung (“Harm Reduction”) - Vorschläge der Cannabiswirtschaft für eine Maßnahmenammlung zum Jugend- und Verbraucherschutz bei der Legalisierung von Cannabis als Genussmittel.

Die Schaffung eines Genussmittelmarktes für Cannabis in Deutschland bietet die einmalige Gelegenheit von Anfang an Prävention als wichtige Säule zu implementieren. Eine moderne und zeitgemäße Prävention zielt auf die “Harm Reduction”, also auf die Minimierung des Risikos eines problematischen Konsums, ab. Wir sollten aus den Fehlern, aber auch den Erfolgen, von Regulierungsmaßnahmen anderer Genussmittel und ähnlicher Branchen in Deutschland, aber auch aus anderen Staaten lernen. Nur so wird es möglich werden, einen nachhaltigen Cannabismarkt zu entwickeln und gleichzeitig mögliche Risiken des Konsums sowie die vielschichtigen Gefahren seitens des Schwarzmarktes zu minimieren.

Bei anderen Genussmitteln in Deutschland ist die Regulierung im Sinne einer Harm Reduction nicht von Beginn an eingeführt worden (auch weil bei der Regulierung seinerzeit der Bedarf nicht gesehen wurde). Eine entsprechende Nachregulierung ist jedoch sehr komplex und führt in der Regel erst zeitverzögert zu den gewünschten Effekten. Daher ist es der Cannabiswirtschaft wichtig, von Beginn an Harm Reduction als elementaren Bestandteil zu betrachten.

Ein Wirtschaftszweig, der in den letzten Jahren stark nachreguliert wurde, ist die Glücksspielbranche. Durch ein großes Maßnahmenpaket¹ und enorme Anstrengungen seitens des Gesetzgebers, der Industrie und relevanten gesellschaftlichen Gruppen ist es hier erreicht worden, einen vernünftigen Rahmen zu schaffen, in dem Glücksspiel mit einer Minimierung der Risiken für den Einzelnen verknüpft wurde. Dieses Maßnahmenpaket ist ein guter Einstieg in die Diskussion um die Präventionsmaßnahmen für den Cannabismarkt. Es bietet sich die Chance sowohl für die Wirtschaft, als auch für die Gesellschaft, mit einer vernünftigen und gut ausbalancierten Präventionsarbeit zu starten.

Sinn dieser Maßnahmen sollte es sein, von Beginn an, die noch im Entstehen befindliche Cannabiswirtschaft als Partner in der Prävention zu verstehen und einen maßvollen Konsens zu finden, der ein bislang illegales Produkt als Genussmittel in die Gesellschaft einführt und dabei sozialverträgliche Maßnahmen ergreift, um einen kontrollierten Umgang mit Cannabis zu etablieren.

Ziel aller Maßnahmen ist es, den genussvollen Konsum von Cannabis - wie er von den meisten der Konsumierenden gepflegt wird (siehe Abbildung 1 und Erläuterung im Folgenden) - zu erleichtern und gefährdeten Konsumenten Beratung, Aufklärung und Hilfe zu vermitteln.

¹ <https://vdai.de/themen/gesetze-und-rechtsprechung/gluecksspielstaatsvertrag/>

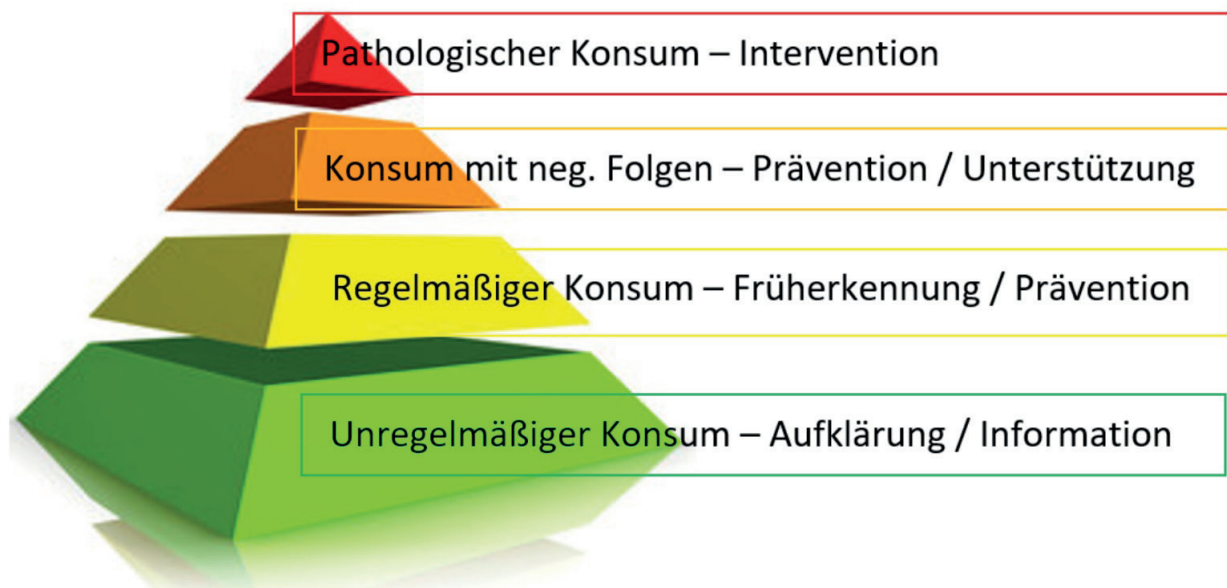


Abbildung 1: Stufenmodell der präventiven Maßnahmen - von Vanessa Kulik nach dem "Grundlagenprinzip der Prävention"

Cannabis ist derzeit die am häufigsten konsumierte illegale Droge. In Deutschland haben in den letzten zwölf Monaten (Stand 2018) 6,1% der Allgemeinbevölkerung (18–64 Jahre) Cannabis konsumiert. Das entspricht hochgerechnet 3,11 Millionen Menschen.

Bei mehr als 90% der Konsumenten ist von einem unproblematischen Konsum auszugehen. Dies ist die Erkenntnis aus unterschiedlichen Studien, welche Anzeichen eines problematischen Konsums bei etwa 9% der Konsumenten sehen (Datenquellen u.a. BMG, Capris Studie BzGA, Basisbericht BzGA 2019)². Der Fokus einer Prävention im Sinne der Harm Reduction muss daher sein, diesen Anteil weiter zu reduzieren und Betroffenen entsprechende Hilfen zukommen zu lassen. Dies ist auch der Fokus dieses Papiers.

² <https://www.bundesgesundheitsministerium.de/service/begriffe-von-a-z/c/cannabis.html>, https://www.bzga.de/fileadmin/user_upload/PDF/studien/Alkoholsurvey_2018_Cannabis-Bericht.pdf, <https://shop.bzga.de/cannabis-basisinformation-33230100/>

Präventionsaufgaben für eine wirtschafts- und sozialverträgliche Regulierung

Wir sehen die soziale Verantwortung und den daraus resultierenden präventiven Verbraucherschutz als zentralen Aspekt der Unternehmensleitbilder in der Cannabiswirtschaft. Das ethische Grundverständnis der Unternehmen sollte auf dem Grundsatz basieren, dass im Zielkonflikt wirtschaftlicher Interessen der Verbraucherschutz eindeutig vorrangig zu betrachten ist.

Daher empfiehlt die Cannabiswirtschaft die Einführung folgender Maßnahmen im Rahmen der Gesetzgebung zur Schaffung eines regulierten Genussmittelmarktes für Cannabis (diese Maßnahmen werden im Folgenden detailliert betrachtet):

- 1. Präventionsarbeit an Schulen**
- 2. Festlegung eines Mindestalters der Konsumenten und Zutrittsbeschränkungen in Verkaufsstellen**
- 3. Beratung und Begleitung von Erstkonsumenten**
- 4. Präventive Beratung und Aufklärung in Verkaufsstellen**
- 5. Schulungen der Mitarbeiter in Verkaufsstellen**
- 6. Maßnahmenkatalog in Form eines Sozialkonzeptes in den Verkaufsstandorten**
- 7. Benennung von verantwortlichen Personen**
- 8. Möglichkeiten des Ausschlusses von Konsumenten**
- 9. Dokumentation der Maßnahmen zu Evaluationszwecken**
- 10. Definition eines Rechtsrahmens für Werbebeschränkung, Aufklärung und Beratung**
- 11. Schaffung einer THC-Wert-orientierten Besteuerung**
- 12. Kindersichere Verpackungen**
- 13. Inhaltsinformationen auf der Verpackung**
- 14. Piktogramme auf dem Behältnis**
- 15. Packungsbeilage mit Anwendungshinweisen und Risiken**
- 16. keine Umsatzbezogene Bezahlung der Mitarbeiter**

Maßnahmenvorschläge im Detail:

1. Präventionsarbeit an Schulen

Präventionsarbeit muss bereits in Schulen und Vereinen anfangen. Hierbei sind Maßnahmen nötig, die die möglichen Risiken des Konsums von Cannabis aufzeigen und nicht verharmlosen. Gleichzeitig kann durch gute Informationsangebote ein bewusster Umgang gefördert und Risiken für einen problematischen Konsum minimiert werden. Maßnahmen wie Projektstage an Schulen oder auch Informationsabende für Eltern, bieten hierbei erfahrungsgemäß eine geeignete Plattform. In beiden Varianten kann man dann über Cannabis als Pflanze, deren Eigenschaften und Wirkungsweisen, die möglichen Risiken und über den richtige Umgang mit dem Produkt informieren. Hier ist auch der Dialog über die Sorgen und Ängste oder auch Erfahrungen möglich, um daraus wiederum Grundlagen für Änderungen und Weiterentwicklungen zu schaffen. Darüber hinaus sollten Schulen, Jugendzentren und auch Vereine mit Informationsmaterial und niederschweligen Handlungsleitfäden ausgestattet werden, damit die Gruppenleitungen auch dort schon die Möglichkeit haben auf eventuell aufkeimende Probleme zu reagieren.

2. Festlegung eines Mindestalters und Zutrittsbeschränkungen

Cannabis darf Kindern und Jugendlichen unter 18 Jahren nicht zugänglich gemacht werden. Daher ist im Rahmen der Schaffung eines Genussmittelmarktes eine entsprechende Regelung im Jugendschutzgesetz zu treffen. Kindern und Jugendlichen darf kein Zutritt zu Cannabisfachgeschäften gewährt werden. Die Durchsetzung des Verbots ist durch eine Alterskontrolle aller Kunden beim Betreten des Geschäfts zu gewährleisten. Die Alterskontrolle erfolgt durch Vorlage des Personalausweises oder anderer zur Identitätskontrolle geeigneter Dokumente.

3. Beratung und Begleitung von Erstkonsumenten

Cannabis ist in der Gesellschaft heute nicht nur im städtischen Raum bereits durch den Schwarzmarkt an vielen Stellen leicht verfügbar. Dies birgt besonders für Erstkonsumenten besondere Risiken. Vor diesem Hintergrund ist im Rahmen des Genussmittelmarktes ein besonderer Fokus auf diese Gruppe zu legen. Beratungen und aktive Begleitung in Verkaufsstellen kann helfen, Risiken und unerwünschte Effekte zu vermeiden (z. B. richtige Dosierung, Fokussierung auf geringe THC-Gehalte, Optionen für Vaporisieren etc.)

4. Präventive Beratung und Aufklärung in Verkaufsstellen

Verkaufsstellen sollten ihren Kunden Aufklärungs- und Informationsmaterial zur Verfügung stellen. Außerdem muss das Verkaufspersonal in die Lage versetzt werden, Kunden bei Bedarf über die Risiken der möglichen Entstehung einer Substanzgebrauchsstörung zu informieren, sowie über die Möglichkeiten der Beratung und Therapie aufzuklären und den Kontakt dorthin vermitteln zu können. Des Weiteren sollte das Verkaufspersonal über Grundsätze zur Risikominimierung³ beim Konsum (Verdampfung statt Rauchen, Vermeidung von Mischkonsum, Gefahr durch Streckmittel und synthetische Beimengungen auf dem Schwarzmarkt, Reinigung von Inhalationsgeräten, regelmäßige Konsumpausen etc.) informieren können.

Für den Online-Handel müssen Voraussetzungen geschaffen werden, die eine vergleichbare Funktion übernehmen, wie die Alterskontrolle oder die Beratung durch geschulte Mitarbeitende in den Verkaufsstellen. Hierbei bieten sich technische Lösungen an, die eine Transaktion erst nach verschiedenen Schritten ermöglicht (Alterskontrolle, Informationsseite z. B. mit nicht abbrechbaren Videos, Online-Beratungsgespräch, Zustellung mit Alterskontrolle etc). Zusätzlich lassen sich Aufklärungsmaterialien als Beilage zum Versand vorsehen.

Konsumenten-Informationen sind Informationen über die Produkte, deren Wirkungsweise, mögliche Risiken des Konsums und sogenannte Selbsttests zur besseren Reflexion des eigenen Konsumverhaltens. Diese müssen mindestens Informationen über den Anbieter, Kontaktdaten wie Anschrift, E-Mail, Telefon, Handelsregisternummer und Kontaktpunkte enthalten, an denen die Konsumenten Beschwerden vortragen oder erkennen können, wer ihr Ansprechpartner bei weitergehenden Problemen ist. Konsumenten und Behörden müssen leichten Zugang zu diesen Informationen haben⁴. Auf einer zentralen Informationsseite im Internet könnte über alle Aspekte des Cannabiskonsums aufgeklärt und eine Hotline für weiterführende Fragen und Hilfsangebote eingerichtet werden.

³ <https://www.canada.ca/en/health-canada/services/drugs-medication/cannabis/resources/lower-risk-cannabis-use-guidelines.html>

⁴ vergleichbar mit der CPNP-Datenbank für Kosmetika

5. Schulungen der Mitarbeitenden in Verkaufsstellen

Ziel einer Schulung sollte sein, die Mitarbeiter in Verkaufsstellen über das Gefahrenpotential einer psychischen Abhängigkeit, den möglichen Risiken des Rauchens verschiedener Produkte oder potentielle psychischen Folgen zu informieren. Sie sollen grundlegende Kenntnisse darüber erwerben, woran problematischer Konsum zu erkennen ist, wie dieser entsteht und wie Sie im Arbeitsalltag mit Menschen umgehen können, die an einem problematischen Konsum leiden oder die erkennbar die Kontrolle über ihr Konsumverhalten verloren haben. Hierbei sollten die Mitarbeiter keine Entscheidung über einen problematischen Konsum treffen müssen, jedoch im Verdachtsfall Informationen und Angebote für weiterführende Hilfe zur Verfügung stellen können.

Die Mitarbeiter unterliegen rechtlichen Rahmenbedingungen, über welche in Schulungen informiert werden muss. Die Schulung an sich, sowie die regelmäßige Auffrischung, ist schriftlich zu dokumentieren.

Entsprechende Schulungen können kurzfristig und ohne weiteres durch bereits etablierte Schulungsanbieter angeboten werden.

Weitere Informationen zur Schulung siehe **Anlage 1**

6. Maßnahmenkatalog in Form eines Sozialkonzeptes in den Verkaufsstandorten

Ein Sozialkonzept zielt darauf ab, das Personal der Verkaufsstellen in die Lage zu versetzen, auch aktiv Präventionsmaßnahmen durchzuführen. Dabei ist dieses Konzept mehr als nur ein Hilfsmittel, sondern ein Betriebskonzept, welches die Prozesse und Abläufe der Verkaufsstelle definiert. Hierzu gibt es bereits gute Vergleichswerte aus anderen Bereichen, zum Beispiel im Bereich des Glücksspiels.

weitere Informationen zum Sozialkonzept siehe **Anlage 2**

7. Benennung von verantwortlichen Personen

Zur Aktualisierung und Weiterentwicklung des Sozialkonzeptes, der Anleitung und Kontrolle der Umsetzung der Maßnahmen ist für jede Verkaufsstelle eine verantwortliche Person zu benennen. Diese fungiert auch als Ansprechpartner für die Mitarbeiter. Die verantwortliche Person ist die Schnittstelle zwischen der Verkaufsstelle und der Unternehmensleitung. Sie greift Praxisprobleme auf, um dann Prozessabläufe zu prüfen und ggf. neu zu strukturieren. Sie sorgt für die Umsetzung der Maßnahmen aus dem Konzept vor Ort und steht dem Personal beratend und helfend zur Seite. Die Person sorgt ebenfalls für die Aktualität des Sozialkonzeptes, da sich auf gesetzlicher, sowie wissenschaftlicher Ebene immer wieder Veränderungen ergeben, die dann inhaltlich im Sozialkonzept dargestellt werden müssen.

8. Möglichkeiten des Ausschlusses von Konsumenten

Als Teil des Sozialkonzeptes kann die Thematik *“Konsumentenausschluss auf eigenen Wunsch”* sinnvoll sein. Die Mitarbeiter der Verkaufsstellen müssen technisch in die Lage versetzt werden, Konsumierenden, die einen entsprechenden *“Konsumentenausschluss auf eigenen Wunsch”* verfügt haben, zu erkennen und den Verkauf von Cannabisprodukten zu verweigern. Eine Orientierung an dem kürzlich eingeführten System *“Oasis”*⁵ aus dem Bereich des Glücksspiels wäre wünschenswert. Hierbei sind entsprechende Datenschutzaspekte zu beachten.

9. Dokumentation der Maßnahmen zu Evaluationszwecken

Dokumentationen dienen zum Einen als Nachweis der Umsetzung der gesetzlich geforderten Maßnahmen, zum Anderen bilden Sie die Grundlage, um die gesetzlichen Rahmenbedingungen rückwirkend überprüfen zu können. Dokumentationen geben unter anderem Auskunft über die Häufigkeit von Verweisen aus den Verkaufsstellen und deren Begründungen, Feststellungen im Rahmen der Früherkennung von auffälligem Konsumverhalten, Inhalte von Präventionsgesprächen, sowie Verstöße gegen gewerberechtliche Inhalte.

⁵ <https://rp-darmstadt.hessen.de/sicherheit-und-kommunales/gluecksspiel/spielersperrsystem-oasis>

10. Definition eines Rechtsrahmens für Werbebeschränkung, Aufklärung und Beratung

Werbeeinschränkungen sind als Teil der Prävention im Sinne der Harm Reduction zu betrachten und werden grundsätzlich von der Cannabiswirtschaft unterstützt. Hierbei bietet sich jedoch die Chance aus Entwicklungen anderer Genussmittelmärkte zu lernen.

Aus anderen Ländern mit legalen Zugang zu Cannabis ist zu erkennen, dass Marken eine hohe Bedeutung zukommt. Konsumenten orientieren sich stark an bestimmten Marken und Herstellern, um eine für sie gleichbleibende Qualität zu erhalten. Vor diesem Hintergrund wäre es wünschenswert die Möglichkeiten zur Entwicklung von Marken und deren Platzierung im Markt zu schaffen.

Eine Außengestaltung von Verkaufsstellen ohne Produktwerbung kann den Anreiz zu ungeplanten Käufen verringern. Im Innenraum bzw. nach einer entsprechenden Alterskontrolle (dies gilt sowohl für den stationären, als auch den Onlinehandel) sollte es aber die Möglichkeiten geben, Werbeinformationen zu unterschiedlichen Produkten und Marken zu platzieren. Zusätzlich sollte die Möglichkeit geschaffen werden, die Verkaufsstelle an sich zu bewerben, um Konsumenten eine gezielte und schnelle Abkehr vom Schwarzmarkt und dessen Gefahren zu erleichtern.

Im Verkaufsgespräch sollte das Verkaufspersonal erörtern, wie viel Beratung entsprechend der jeweiligen Vorerfahrung notwendig ist. Hierzu ist eine gute Schulung der Mitarbeiter elementar (siehe Anlage 1 zur Schulung). Grundsätzlich sollte bei Bedarf aber eine ausführliche Produktberatung erfolgen können, bei welcher dann Erklärungen zu bestimmten Produkten und Produkteigenschaften die Kaufentscheidung unterstützen. Dabei kann bei Bedarf über eventuelle Risiken aufgeklärt werden. Durch diese Beratung entsteht die Möglichkeit gezielt auf Kundenwünsche einzugehen und senkt zugleich das Risiko eines Fehlkaufes und ggf. daraus resultierenden Gesundheitsrisikos. Ergänzt wird die Maßnahme durch die Mitgabe von Informationsmaterial, wie z. B. weiterführenden Produktinformationen.

Eine Einschränkung der Werbemöglichkeiten in Medien, im Internet und im Bereich der Außenwerbung sollte im Sinne der Prävention und des Jugendschutzes analog der Beschränkungen zur Alkoholwerbung geschaffen werden.

11. Schaffung einer THC-Wert-orientierten Besteuerung

Eine angemessene Besteuerung muss sicher stellen, dass die Wettbewerbsfähigkeit gegenüber den illegalen Märkten gewährleistet wird. Gleichzeitig kann die Steuer auch genutzt werden, um Kaufanreize für Produkte mit geringem THC-Gehalt gegenüber Produkten mit hohem THC-Gehalt zu schaffen. Die Steuern auf Cannabisprodukte sollten, wie auch bei alkoholischen Getränken, nicht am Produktgewicht, sondern am THC-Gehalt je Verpackungseinheit ausgerichtet werden.

12. Kindersichere Verpackungen

Die Abgabe darf nur in verschließbaren Behältnissen oder mit sonstigen Sicherheitsmaßnahmen erfolgen, die Kindern die einfache Öffnung des Behältnisses verwehren.

13. Inhaltsinformationen auf der Verpackung

Jedes Verkaufsprodukt muss über ein Etikett mit gut lesbaren Hinweisen zu der vertreibenden Firma, Anbauland, Gewicht, Erntedatum, Sortenbezeichnung, MHD, evtl. Zusatzstoffe und des THC- und CBD-Gehaltes in Prozent und mg-Gesamtmenge verfügen. Darüber hinausgehende Informationen zu den Produkten (z. B. weitere Cannabinoide, Terpenprofile etc.) müssen zulässig sein.

14. Piktogramme auf dem Behältnis

Zusätzlich müssen Warnhinweise auf der Verpackung aufgebracht werden, welche sich thematisch mit den Risiken der Abhängigkeit, Beeinträchtigung der Entwicklung, Verbot des Konsums von Minderjährigen, Verbot des Führens eines Fahrzeugs bei Fahruntüchtigkeit, sowie der Warnung vor dem Konsum während einer Schwangerschaft oder der Stillzeit auseinandersetzt. Diese Hinweise können in Form von Piktogrammen dargestellt werden

15. Packungsbeilage mit Anwendungshinweisen und Risiken

Über eine Packungsbeilage werden dem Konsumenten Gebrauchsinformationen zur Verfügung gestellt. Hierbei kann über Vorsichtsmaßnahmen für die Anwendung, Gegenanzeigen, Wechselwirkung mit anderen Medikamenten oder Arzneien informiert werden. Warnungen über die Auswirkungen bei Missbrauch oder Überdosierung werden hier ebenfalls dargelegt.

Anwendungshinweise geben eine Anleitung zu der empfohlenen Dosierung, Art der Anwendung und Wirkungsdauer, sowie den Hinweis, dass bei Fragen zur Anwendung auch das Verkaufspersonal zu rate gezogen werden sollte.

Bei der Abgabe in Gastronomiebetrieben sollte auf die Packungsbeilage verzichtet werden können, sofern die entsprechenden Informationen im Menü enthalten sind sowie für Gäste lesbar ausgehangen werden.

16. Keine umsatzbezogene Bezahlung der Mitarbeiter

Die Mitarbeiter sollten nicht umsatzorientiert bezahlt werden, in Form von Provisionen, Staffellöhnen usw. Dies birgt das Risiko, dass entgegen der gewünschten Unternehmensethik dann doch das Umsatzinteresse, in dem Falle der Mitarbeiter, zu dem Verbraucherschutz überwiegt.

⁵ vergleichbar mit der CPNP-Datenbank für Kosmetika

⁶ <https://rp-darmstadt.hessen.de/sicherheit-und-kommunales/gluecksspiel/spielersperrsystem-oasis>

Anlage 1

Hintergrund und Ziel einer Schulung

Ziel der Schulungen muss es sein, alle Mitarbeiter einer Verkaufsstelle in die Lage zu versetzen, Prävention aktiv ausüben zu können und alle rechtlichen Rahmenbedingungen zu kennen und anzuwenden.

Alle Mitarbeitenden, die mittelbar oder unmittelbar mit den Konsumenten befasst sind, sollten folgende Aufgaben wahrnehmen:

- Früherkennung, proaktive Ansprache und niederschwellige Beratung bei auffälligen, problematisch und/oder pathologisch konsumierender Gäste nach festgelegten Kriterien, wie z. B. nach DSM V⁶
- Angebote von Unterstützungsmaßnahmen
- Kontaktaufbau und -pflege zu lokalen/ regionalen Hilfeeinrichtungen mit dem Ziel, beratungswillige Konsumenten in diese zu vermitteln.
- Enge Zusammenarbeit zwischen Unternehmensleitung, Sozialkonzeptverantwortlichen und Servicemitarbeitenden bei der kontinuierlichen Umsetzung, Evaluation und Optimierung des Sozialkonzepts.

Die rechtlichen Anforderungen an den Berufsalltag sollten sein:

- Sie sollen in der Lage sein, die Entstehung von problematischem Konsum zu erkennen und Gäste unterstützen, die Kontrolle über deren Konsum zu bewahren.
- Sie sollen der Verfestigung von problematischem Konsum zu pathologischem vorbeugen.
- Sie sollen in der Lage sein, Menschen, die ein erkennbares Problem mit dem Konsum haben, anzusprechen, und auf Hilfsangebote hinzuweisen.
- Sie sollen aktiv werden, wenn erkennbar pathologisches Verhalten vorliegt.
- Gäste, die an einer pathologischen Substanzgebrauchsstörung leiden, sollen vom Verkauf von Cannabis per Ausschluss-system (siehe Punkt 8) oder Hausverbot verweigert werden können. Gleichzeitig müssen die Mitarbeiter in die Lage versetzt werden, dem Konsumenten Empfehlungen für professionelle Unterstützung, Beratung und Hilfe zu geben.
- Sie sollen die grundlegenden rechtlichen Rahmenbedingungen kennen, die für Ihren Berufsalltag wichtig sind.

⁶ <https://flexikon.doccheck.com/de/DSM-5>

Anlage 2

Hintergrund und Ziel eines Sozialkonzeptes

Warum ein Sozialkonzept und was ist das überhaupt?

Es ist eine spezielle Form eines Betriebskonzeptes, welches in Firmen Prozessabläufe und Arbeitsweisen regelt. Ein Sozialkonzept greift ähnliche Themen auf und stellt rechtliche und soziale Grundlagen, sowie Maßnahmen dar, wie Konsumenten vor negativen Auswirkungen des Konsums geschützt werden können. Es beinhaltet alle rechtlichen Grundlagen, die zu dem Zeitpunkt für die Branche gelten, Grundlagen der Suchtentstehung und welchen Maßnahmen wann und wie ergriffen werden sollten, um ein vernünftigen Umgang mit den Produkten zu gewährleisten. In der Praxis ist dies ein Dokument, welches den Mitarbeitern und Konsumenten als Information und Hilfestellung zur Verfügung steht. Betriebsintern kann damit auch eine Einarbeitung unterstützt werden. Auf Kundenseite sind diese Informationen Teil einer aufklärenden Maßnahme. Ein Sozialkonzept legt also dar, durch welche Maßnahmen die Verkaufsstellen der Entstehung einer möglichen Substanzgebrauchsstörung vorbeugen können und die Konsumenten zu verantwortungsbewusstem Konsum anhalten. Ziel des Sozialkonzeptes ist, problematisch und/oder pathologisch konsumierende Menschen frühzeitig zu erkennen, Unterstützung anzubieten und durch Präventionsmaßnahmen der Verfestigung von problematischem zu pathologischem Konsumverhalten entgegenzuwirken. Rollen- und Zielkonflikte im Spannungsfeld von Präventionsarbeit und wirtschaftlichen Interessen werden von allen Mitarbeitenden in den Unternehmen im Rahmen der täglichen Arbeit konstruktiv verhandelt und gemeinschaftlich gelöst. Die suchtpreventiven Ziele eines Sozialkonzeptes sollten dabei für Unternehmen eine vorrangige Bedeutung inne haben.

Betreiber von Verkaufsstellen sollten darüber hinaus Daten über die Maßnahmen und über den Erfolg der Maßnahmen des Sozialkonzeptes zum Verbraucherschutz erheben.

Um eine Evaluation, auch auf Bundesebene zu erreichen, sollte ein Rahmen geschaffen werden, in dem die Maßnahmen des Sozialkonzeptes durch die zuständigen Aufsichtsbehörden stichprobenweise angefragt werden können. Dies muss mit einem geringen Zusatzaufwand für die Verkaufsstellen umsetzbar sein.

Zusammenfassung:

- Ein Sozialkonzept sollte je Verkaufsstelle vorgehalten werden.
- Maßnahmen zum Jugend- und Verbraucherschutz sollten dargelegt werden.
- Verantwortliche für die Umsetzung sollten benannt werden.
- Es sollte eine Absicht dargelegt werden die wirtschaftlichen Interessen nicht über den Jugend- und Verbraucherschutz zustellen.
- Die Entstehung und die Risiken einer Substanzgebrauchsstörung sollte thematisiert werden
- Rechtliche Rahmenbedingungen sollten aufgeführt sein.
- Durch Formulare sollten Daten zur Umsetzung der Maßnahmen und deren Erfolge erhoben werden.
- Diese Daten sollten als Bericht zu Evaluationszwecken in regelmäßigen Abständen dokumentiert werden.