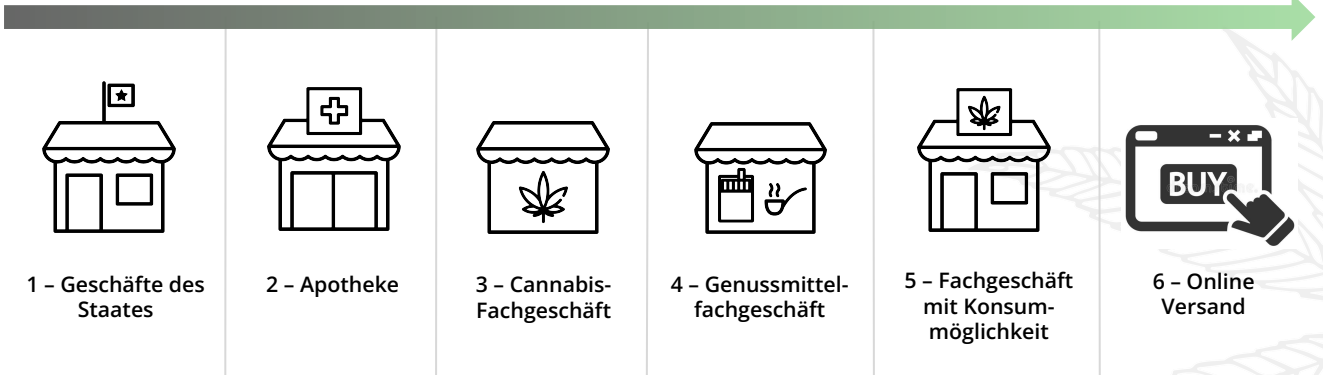


Factsheet: Cannabis-Legalisierung

Verkaufsstellen-Modelle

Hochreguliert

Leicht reguliert



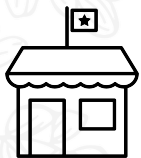
Schwarzmarkt Verdrängung gering

Schwarzmarkt Verdrängung hoch

Steuereinnahmen gering

Steuereinnahmen hoch

Verkaufsstellen-Modell 1 - Der Staat als Produzent und Händler



Geschäfte des Staates

Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none"> • Ältere Mittelschicht • Volljährige Personen mit finanzieller Flexibilität
Konzept	<ul style="list-style-type: none"> • Anbau und Betrieb durch staatliche Stellen, um Cannabisabgabe von Verkaufserlösinteressen zu trennen
Präsentation	Weißer Produktverpackung mit Warnhinweisen
Schwarzmarkt	Fast keine Verdrängung, da nur eine kleine Zielgruppe angesprochen wird, wenig Produktvielfalt und hoher Steuersatz
Steuereinnahmen	Kaum Einnahmen, durch sehr wenig Produktverkauf, welche nur durch hohen Steuersatz kompensiert werden können
Pro	<ul style="list-style-type: none"> - Fokus auf Suchtberatung, Prävention und Jugendschutz - Produktion und Vertrieb zentralisiert aus einer Hand
Kontra	<ul style="list-style-type: none"> - Wenig Verständnis für Cannabiskonsum und Cannabiskonsument:innen - Kaum Verdrängung des Schwarzmarktes aufgrund des hohen Steuersatzes - Keine ausreichende Prävention und Sicherung des Jugendschutzes, da passionierte und junge Konsument:innen eher nicht vom Schwarzmarkt umsteigen werden

Verkaufsstellen-Modelle

Verkaufsstellen-Modell 2 - Genusscannabis aus der Apotheke



Apotheke

Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none"> • Ältere Mittelschicht • Konsument:innen mit therapeutischen Anliegen
Konzept	<ul style="list-style-type: none"> • Abgabe von Genusscannabis in der Apotheke • Nutzung der deutschlandweit bestehenden Apotheken-Infrastruktur • Beratung über Sucht und Kontraindikationen
Präsentation	Design der Apotheke, weiße Produktverpackung mit Warnhinweisen
Schwarzmarkt	Ungenügende Verdrängung Potentielle "Problemkonsument:innen" steigen wahrscheinlich nicht um
Steuereinnahmen	Nur durch hohen Steuersatz erzielbar, nicht durch hohen Verkauf
Pro	<ul style="list-style-type: none"> - Infrastruktur von Apotheken deutschlandweit verfügbar - Qualifizierte Beratung durch Apotheker:innen
Kontra	<ul style="list-style-type: none"> - Hoher Preis durch Apothekenaufschlag und Steuersatz - Schwarzmarkt ungenügend verdrängt - Genussmittel-Abgabe in Apotheken unüblich - Keine Einlasskontrolle für Minderjährige - Nicht jede Apotheke wird Cannabis in ihr Sortiment aufnehmen und vielfältige Produktpalette anbieten

Verkaufsstellen-Modell 3 - Spezialisiert und reguliert



Cannabis-Fachgeschäfte

Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none"> • Volljährige Konsument:innen jeder Gesellschaftsschicht
Konzept	<ul style="list-style-type: none"> • Spezialisierte Cannabis-Fachgeschäfte mit breiter Produktpalette • Optional: Registrierung als Konsument:in • Geschultes Personal und Produktberatung • Kombination mit lokalem Versand möglich
Präsentation	<ul style="list-style-type: none"> • Diskretes Design nach außen, einladend im Inneren • Produktbranding erlaubt, trotzdem Warnhinweise
Schwarzmarkt	Ausreichende Verdrängung, wenn viele Fachgeschäfte öffnen und Versand erlaubt wird
Steuereinnahmen	Hohe Einnahmen durch hohen Produktverkauf
Pro	<ul style="list-style-type: none"> - Verdrängung des Schwarzmarktes durch guten Service und breite Produktauswahl - Gleichzeitig positiv für Public Health mit Aufklärung und Suchtberatung durch geschultes Personal vor Ort - Keine Anregung zum Konsum durch Zutrittskontrollen
Kontra	<ul style="list-style-type: none"> - Möglicherweise erst nach einigen Jahren verfügbar in ländlichen Regionen - Erfolg ist abhängig von Produktqualität, Steuersatz und Versandmöglichkeiten

Verkaufsstellen-Modelle

Verkaufsstellen-Modell 4 - Großflächiger Verkauf



Genussmittel-
fachgeschäft

Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none"> Volljährige Konsument:innen jeder Gesellschaftsschicht
Konzept	<ul style="list-style-type: none"> Verkauf in spezialisierten Genussmittelgeschäften, wie z.B. Tabak-, E-Zigaretten- oder Alkoholfachgeschäften Verkauf in Lotto-/ Toto-Geschäften als Kombinationsmodell und Shop-in-Shop Konzepten denkbar Auch co-existierend kombinierbar mit Cannabisfachgeschäften
Präsentation	<ul style="list-style-type: none"> Selbe Werbebestimmungen wie Alkohol oder Tabak In gesicherter Verwahrung oder hinter dem Tresen aufbewahrt (wie Tabak oder hochprozentiger Alkohol)
Schwarzmarkt	<ul style="list-style-type: none"> Sehr gute Verdrängung des Schwarzmarktes durch hohe Verfügbarkeit Infrastruktur deutschlandweit vorhanden
Steuereinnahmen	Hohe Einnahmen durch hohen Produktverkauf
Pro	<ul style="list-style-type: none"> Hohe Verfügbarkeit durch bestehende Infrastruktur, auch in ländlichen Gebieten (Wahrscheinlich) hohe Produktvielfalt und gute Produktberatung Gesundheitsschutz der Konsument:innen (im Vergleich zum Schwarzmarkt) durch qualitätsgesicherte Produkte und transparente Lieferkette Hohe Steuereinnahmen und Verdrängung des Schwarzmarktes
Kontra	<ul style="list-style-type: none"> Gewinnmaximierung steht im Fokus der Betreiber Suchtberatung und Prävention eher von staatlichen Beratungsstellen gegeben als in der Verkaufsstelle Könnte zum Konsum mehrerer Genussmittel und Glücksspiele anregen

Verkaufsstellen-Modell 5 - Geselliger und betreuter Konsum



Fachgeschäft mit
Konsummöglichkeit

Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none"> Volljährige Konsument:innen aller Gesellschaftsschichten Gesellige Konsument:innen, welche die Cannabiskultur schätzen
Konzept	<ul style="list-style-type: none"> Ähnlich zu niederländischem Coffee-Shop-Modell oder (z.B. spanischen) Cannabis Social Clubs Konsumieren innerhalb der Abgabestelle möglich Betreuung durch Fachpersonal
Präsentation	Diskretes Design nach außen, einladend im Inneren Produktbranding erlaubt, trotzdem Warnhinweise
Schwarzmarkt	Ausreichende Verdrängung, wenn viele Fachgeschäfte mit Konsummöglichkeit eröffnen und Versand erlaubt wird
Steuereinnahmen	Hohe Einnahmen durch hohen Produktverkauf
Pro	<ul style="list-style-type: none"> Verdrängung des Schwarzmarktes durch guten Service und breite Produktauswahl Fachliche Betreuung des Konsums ("Safe space") Weniger Konsum im öffentlichen Raum Entstigmatisierung und Gleichstellung von Cannabis zu anderen Genussmitteln (z.B. Konsum von Alkohol in Restaurants / Bars)
Kontra	<ul style="list-style-type: none"> Geselligkeit könnte Konsum anregen Möglicherweise weniger Verfügbarkeit in ländlichen Gebieten

Verkaufsstellen-Modelle

Verkaufsstellen-Modell 6 - Versandhandel (auch zusätzlich zu anderem Modell)



Online-Versand

Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none">• Volljährige Konsument:innen aller Gesellschaftsschichten und jeder Region Deutschlands• Konsument:innen, die Diskretion und Praktikabilität schätzen
Konzept	<ul style="list-style-type: none">• Versicherter Online-Versand für bundesweite Verfügbarkeit• Fachpersonal ist online für Fragen und Beratung verfügba• Ähnlich zu dem nordamerikanischen Modellr
Präsentation	Website der Händler zugangsbeschränkt für volljährige Personen Verpackung in diskreter Versandbox und Alterskontrolle bei Übergabe
Schwarzmarkt	Weitreichendste Verdrängung, da Versand-Infrastruktur deutschlandweit verfügbar ist
Steuereinnahmen	Hohe Einnahmen durch hohen Produktverkauf
Pro	<ul style="list-style-type: none">- Hohe Verdrängung des Schwarzmarktes durch bundesweit verfügbare Versand-Infrastruktur- Breite Produktauswahl und günstige Lagerhaltung- Fachpersonal ist online deutschlandweit erreichbar- Gleichstellung von Cannabis als Genussmittel zu Alkohol und Tabakprodukten- Kontaktlose Lieferung möglich
Kontra	<ul style="list-style-type: none">- Problemkonsument:innen müssen Hilfe selber aufsuchen wollen