



INS GLAS GESCHAUT

Es gibt durchaus Hardcore-Cannabisfreunde, die Rausch-Alkohol und seine Konsumenten kein bisschen weniger verachten als Daniela Ludwig Kiffer. Blickt man sich aber einmal auf einer typischen Cannabismesse um, zeigt sich ein anderes Bild: so gehört beispielsweise der gut gekühlte Gerstensaft ganz klar zu den Lieblingsgetränken der Besucher. Nordamerikanische Analysten und Marktbeobachter haben THC-haltige Alkoholika derweil längst als Zukunftsmarkt ausgemacht. THC ist in Deutschland zu Genusszwecken verboten, doch es gibt Alternativen. Ein Überblick.

von Iven Sohmann

Nein!, das ist die Antwort auf die Frage, wie sich Alkohol und Cannabis vertragen, schlicht und einfach: „Nein!“ – zumindest, wenn ich vor 15 Jahren danach gefragt worden wäre. Abseits des Mischkonsums hat sich mittlerweile jedoch einiges getan. Vor allem die Legalisierungswelle in Nordamerika hat die Kulturpflanze auch hierzulande (wieder) salon- und somit verkaufsfähig gemacht. Weit über Headshops und Textilgeschäfte hinaus sind hanfhaltige Produkte heute vom Kiosk über den Friseursalon bis in die drögesten Drogerieketten verbreitet. Darunter finden sich neben naheliegenden Samen zu Lebensmittelzwecken und Ölen unter anderem Kaugummis, Shampoos und Hundeleckerlis.

Legal, illegal, ins Regal!

Für alle Cannabisbezeugnisse auf dem deutschen Markt gilt allerdings, dass der Gehalt von Tetrahydrocannabinol (THC) die gesetzlich geltende Grenze von 0,2 Prozent nicht überschreiten darf. Für Cannabidiol (CBD) gibt es derzeit keine Grenzwerte. Oft genug sind also gleich beide Cannabinoide in nicht nennenswerter Dosis vertreten, weder das erhigternde und illegale THC noch das entspannende CBD – eine Darstellung, die die komplexe Wirkweise von Cannabis übrigens stark vereinfacht. Die beiden Zugpferde sind schließlich nur zwei von über Hundert Wirkstoffen der Cannabispflanze.

Auch auf dem Getränkemarkt hat das Superfood in den letzten Jahren zahlreiche Produktinnovationen hervorgebracht. Der spanische CannaWine bringt Trauben und CBD-Blüten zusam-

men, in Großbritannien launcht der Muhu Gin mit den beruhigenden Botanicals und die kalifornische Kreativbrauerei Lagunitas experimentiert unter dem Namen „Hi-Fi Hops“ mit THC-reichem „Hoppy Sparkling Water“. Dazu gesellen sich Tees, Kaffees, Limonaden, Filler und Energy Drinks sowie weitere Weine, Biere und Spirituosen. Wer kann, der Cann. In Deutschland führen unterschiedliche Rechtsauffassungen hinsichtlich der Verkehrsfähigkeit von CBD jedoch dazu, dass hier vorrangig mit den Terpenen, also den Geruchs- und Geschmacksstoffen von Cannabis, und den ätherischen Ölen gearbeitet wird. Die Markenauftritte hingegen suggerieren meist mehr.

Schall und Rausch

Um für zweifelhaften Shelf Impact zu sorgen, ist vielen herstellenden Unternehmen kein Kiffklischee zu schade. Da werden Stencil-Schriften für die militärische Frachtkennzeichnung, Flower-Power-Ästhetik und panafrikanische Farben vermischt, als ob es den History Channel nie gegeben hätte. Und wenn nicht gar das ganze Getränk in grellem Giftgrün erstrahlt, dann zumindest das überlebensgroße Cannabisblatt auf dessen Verpackungsfront. Frei nach dem Motto: je weniger Wirkung, desto mehr Folklore. Echte Innovation sieht anders aus. In diesem Zusammenhang bleibt auch zu hoffen, dass der Cannabis-Likör von Kuemmerling wirklich nur ein Aprilscherz und nicht gleichzeitig ein Testballon war. Pot bewahre!

Dabei ist gegen eine subtile oder ungesehene Einbindung der Pflanze im Packaging Design selbstverständlich nichts

einzuwenden, zumal das Cannabisblatt durchaus ikonische Qualitäten hat. Es darf sich aber gerne leckerer präsentieren als auf von Sicherheitsnadeln und Band-Patches dekorierten Armeerucksäcken, die krakelig (aber zu Recht) „Legalize it!“ fordern. Dass es auch hierzulande ohne Effekthascherei geht, beweisen beispielsweise das Legend-Has-it-Pils von BRLO und der Bio Cannabis Drink von JAMU. Während Erstere auf ihrem Etikett eine asymmetrische Leuchtschild-Komposition inszenieren, lassen Letztere ihre Zutaten in einer diffusen Illustrations-Bubble wabern. Hinzu kommt, dass beide Produktnamen erfreulicherweise keines der unzähligen Cannabissynonyme verballhornen, wie es in dem Segment leider gängige Praxis ist.

Weg vom Gag! Keine Angst vorm Ernst!

Die seit Tausenden von Jahren kultivierte Cannabispflanze hat jedenfalls mehr verdient als Kiffi-Kiffi-Humor in stumpfer Stonerstilistik. So bringen einem etwa Propositions mit Bottled Cocktails im Signpainter-Gewand den liberalen Lifestyle San Franciscos näher: ein bisschen Sonne, ein bisschen Retro, viel Laissez-faire. Die CBD-Limonade Fountain aus New York lässt indes Regenbögen plätschern und feiert auf Instagram die Staaten, in denen Weed und Früchte fließen. Und da es sich schließlich um ein erklärungsbedürftiges Produkt handelt, stellt der bereits erwähnte CannaWine aus Katalonien die Strukturformel von CBD als Keyvisual bereit – ohne weitere Chemie, versteht sich!

Darüber hinaus: warum die Pflanze auf dem Etikett nicht mal mit dem Mikroskop

beäugen, wenn es Berührungsängste abzubauen gilt? Warum nicht einen Stammbaum zeigen, wenn die Hanf- und Hopfenfamilie in einem Bier wiedervereint wird? Warum CBD-Drinks nicht als Elixier stilisieren, wenn viele positive Wirkungen doch bereits bewiesen sind? Es muss (und soll) ja nicht gleich als Wundermittel vermarktet werden. Oder sind die Apothekerflaschen alle für Gin reserviert? Alternativ könnten auch Aromawolken, Banknoten aus Hanfpapier, das zentrale Nervensystem, cannabishaltige Blumensträuße oder aufrichtiger Aktivismus als Inspirationsquelle dienen. Nicht nur high, sondern auch frei. Das wär doch was, oder?

Was kommt, das kommt

Obgleich wir hierzulande in Zukunft wohl kein alkohol- und (!) THC-reiches Produkt auf dem Markt sehen werden, weil sich diese beiden Wirkstoffe in der Tat nicht gut vertragen, schließen sich Barkultur und Cannabis keinesfalls aus. Alkohol mit CBD, CBD ohne Alkohol, THC ohne Alkohol, Alkohol mit Cannabisauszug, aber ohne THC und CBD et cetera pp. Anders als beim eingangs erwähnten Mischkonsum, muss ich mich hierfür nicht allzu weit aus dem (Küchen-)Fenster lehnen: die vollständige Legalisierung von Cannabis in Deutschland kommt. Die Frage ist nur, wann? Ich bin überzeugt, dass cannabishaltige Getränke mit ihrem Design und ihrer Markenkommunikation den dafür nötigen Imagewandel weiter beschleunigen, aber auch wieder verlangsamen können. Also bitte, bewusst genießen und bewusst gestalten! ✨

„Weedka“-Vodka



„Legend Has It“-Pils



„Cannawine“-Rotwein



„Bio Cannabis Drink“-Softgetränk

„Muhu“-Gin



VERDAMPFTNOCHMAL.de
 VAPORIZER · BERATUNG · ZUBEHÖR · LITERATUR · WASSERFILTER · KRÄUTER · LIQUIDS

Vaporisation ist die effektivste Methode Kräuter nahezu schadstofffrei zu konsumieren, deshalb eignet sie sich bestens zur medizinischen Anwendung.

Vaporizer Fachhandel
 Karl-Kunger-Str. 28 · 12435 Berlin-Treptow
 Tel: +49 (0)30 54 733 733 · Mo bis Fr 10-18h
www.verdampftnochmal.de

YouTube, Facebook, Twitter, Instagram icons.