



**Korrektor 1: Jörg**

**Korrektor 2: Maximilian Greiner**

### **Eine modulare Kampagne zur Eröffnung eines Cannabis Social Clubs**

Zum Informieren, Mit- oder Nachmachen, Kopieren, Kooperieren oder einfach nur zum Zuschauen und Genießen. Von Emanuel Kotzian, Johann Anderson und Sebastian Gramss (Stand 15.10.14 - Version 2.0)

## Zur Entstehung dieser Kampagne:

Emanuel Kotzian beschäftigt sich seit dem Jahr 1993 ehrenamtlich mit dem Thema "Legalisierung von Cannabis" und seit dem Jahr 2000 berufsbedingt als Herausgeber des Hanfjournals, als auch mehrerer anderer europäischer Cannabismedien. Ebenso beteiligt sind Johann Anderson, seit mehr als 20 Jahren in der Legalisierungsszene aktiv und Erfinder sowie Betreiber der Samenplattform seedfinder.com und Sebastian Grams, seit drei Jahren Hanfaktivist und Gründer des Reiseportals chillisimo.de.

Vor ca. 10 Jahren entstanden die ersten Cannabis Social Clubs in Spanien. Seitdem erfreuen sie sich einer immer größer werdenden Beliebtheit innerhalb und außerhalb Spaniens. Besonderer Dank für die Multiplikation der Informationen zum Thema Cannabis Social Club gebührt ENCOD! Doch von den meisten Politikern in Mitteleuropa wird immer noch von Coffeeshops gesprochen, wenn es um die Legalisierung von Cannabis geht.

Die Initiatoren der CSC-Kampagne sind selbst Mitglieder in mehreren Cannabis Social Clubs. Emanuel Kotzian hat während seines letzten Wahlkampfes im Jahr 2013 versucht, die verschiedenen Modelle zur Legalisierung von Cannabis gegenüberzustellen und qualitativ zu vergleichen. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse (Bürgerinteressen- und Meinungen) führten zur Präferenz des Cannabis Social Clubs als bevorzugtes Legalisierungsmodell. Daher stellte er bereits letztes Jahr mit Unterstützung des DHV und Maximilian Plenert eine Petition zur Eröffnung eines kommunalen Cannabis Social Clubs an den Stadtrat von Nürnberg. Diese Petition wurde dem Stadtrat nicht einmal vorgelegt, sondern vom Oberbürgermeister, der gleichzeitig Präsident des Deutschen Städtetages ist, fadenscheinig abgeschmettert! Natürlich eine echte Motivation dafür zu sorgen, ca. 10 weitere Petitionen in verschiedenen Städten zu erstellen. Dabei kristallisierte sich erstens eine Professionalisierung des Petitionsvorganges heraus, sowie ebenfalls die Penetrationstiefe der jeweiligen kommunalen Politikstruktur. Daraus reifte der Gedankengang, dass mit fortlaufender Zeit, also einer immer professioneller agierenden Infrastruktur, es nur eine Frage der Zeit sei, wann einer Stadtverwaltung keine Fragen und Gründe mehr einfallen, weshalb es nicht funktionieren kann. Daraus folgt, dass sich dann die eine oder andere Kommune jenseits der politischen Gräben in Berlin auf die Eröffnung eines Cannabis Social Clubs einlässt. Das Recht dazu hat sie, und zwar nicht nur in Spanien oder Deutschland sondern in beinahe allen Städten Europas. Dieses Wissen und der klare Wille Cannabis sinnvoll zu legalisieren, führten zur Geburtsstunde dieser Kampagne. Besonderen Dank an alle, die uns bisher durch Rat und Ideen unterstützt haben. Bei dem vorliegenden Konzept handelt es sich um die für diese Kampagne endgültige Version 2.0. Sechs Wochen Feedbackzeit haben mehr als drei Dutzend Aktive genutzt um sich ins Konzept einzubringen. Die dabei eingebrachten Ideen wurden alle von den Initiatoren eingearbeitet. Insbesondere handelt es sich bei den Upgrades gegenüber Version 1.0 des Kampagnekonzeptes um folgende vier Aspekte, die innerhalb des Konzeptes besser/zentraler verankert werden: Jugendschutzaspekt, Präventionsaspekt, Medizinischer Aspekt, Juristischer Aspekt. Ebenso wurde eine kommunale Leitung des Cannabis Social Club als Konstruktionsidee aufgenommen. Eingearbeitetes **Feedback** wurde im Konzept **fett** markiert.

## Hauptziele (global) der Kampagne:

1) Cannabis Social Clubs als Alternative bekannt machen.

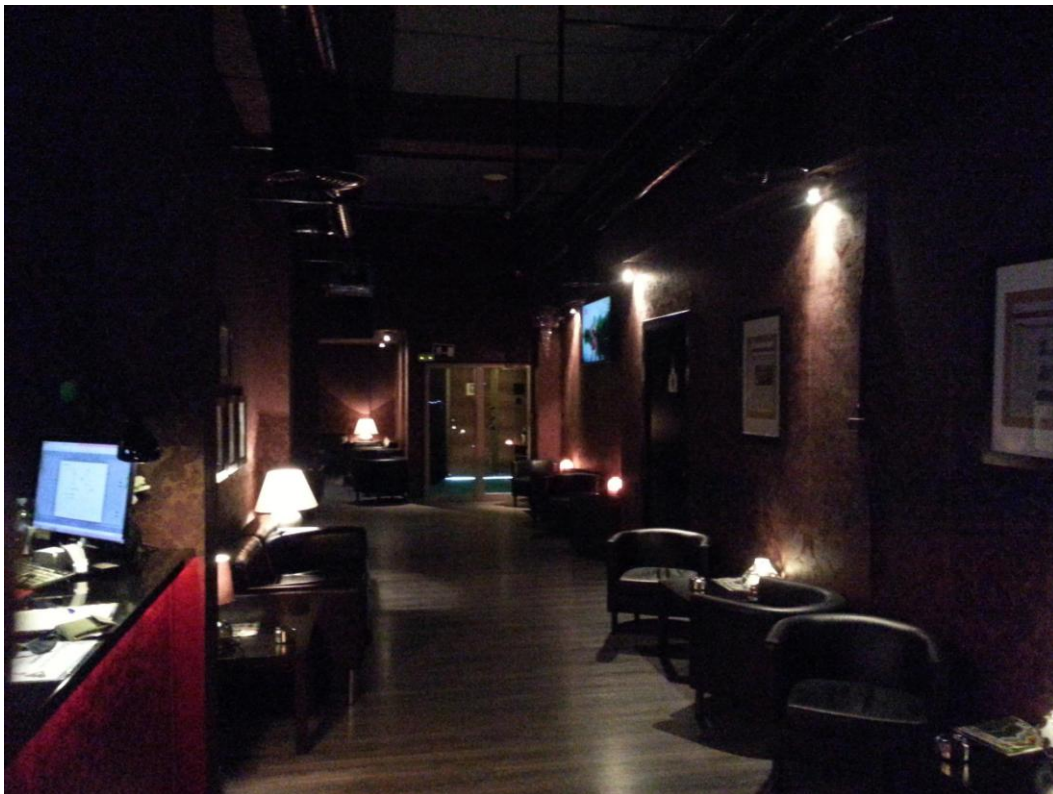
<Text Kampareader>

2) Die Vorteile der Cannabis Social Clubs gegenüber dem Coffeeshopmodell im Kontext einer globalen Legalisierungswelle und verschiedenen Modellen klarstellen.

<Text Kampareader>

3) Eröffnung eines kommunalen Cannabis Social Clubs im geopolitischem Kerngebiet.

<Text Kampareader>



So könnte der Club in deiner Stadt aussehen. (hier: AbcdA-Club in Barcelona)

### **Nebenziele (lokal) der Kampagne:**

- 1) Unterstützung von lokalen Initiativen zur Einrichtung von Cannabis Social Clubs.  
<Text Kampareader>
- 2) Ausbildung von Experten im Bereich Cannabis Social Clubs.  
<Text Kampareader>
- 3) Bürgerliches Engagement fördern!  
<Text Kampareader>



Bürgerliches Engagement (hier in Nürnberg).

### **Zielgruppen der Kampagne:**

- bereits CSC-Aktive um diese zu unterstützen, zu vernetzen und Aktivitäten zu koordinieren
- interessierte Neuaktive für Aktivitäten vor Ort und im Netz
- Multiplikatoren wie Politiker, Journalisten und Fachpublikum
- "die Öffentlichkeit" in der Masse der Gesamtkommunikation

### **Kampagnengebiet:**

- Europa mit verschiedenen zeitlichen Abstufungen
- Beginnend in Bayern, DE, AT, CH, CZ, SK, PL, FR

Warum Bayern? Weil in Bayern die Verfolgung von Cannabiskonsumenten innerhalb Europas wohl die schlimmste ist und Bayern über ein sehr ausgeprägtes kommunales Mitbestimmungswesen verfügt.

- Kerngebiete: Länder/Bundesländer mit starker kommunaler Autonomie, sowie ausgeprägten Mitbestimmungsmöglichkeiten der Einwohner
- Kampfortgang natürlich abhängig von Ressourcen und Erfolgserwartung!

## **Module der Kampagne:**

### **1) Infomodul**

Das Infomodul erklärt den grundsätzlichen Aufbau eines CSC, sowie dessen Vorteile gegenüber anderen Legalisierungsmodellen.

Was sind die Vorteile?

- dezentrale Versorgung
- Marktvermeidung
- vollständige Lösung von Anbau bis zum Konsum!
- weniger Kommerz <> Clubhausatmosphäre
- hohe Präventionsmöglichkeiten/Jugendschutz
- Transparenz
- Vereinsstruktur: Vorstand/Versammlung, Ehrenamt (Medizin, Kultur, Politik)

Was sind die Nachteile?

- starke Überwachung
- hoher Verwaltungsaufwand
- soziale Kontrolle
  
- CSC-Site, die alles erklärt und neueste Fortschritte widerspiegelt (zentral/lokal)
  
- Kampareader online, zum mit- oder nachmachen
  
- dezentrales Facebook-Netzwerk um zielgerichtet promoten zu können.
  
- Info- und Kooperationszentrale für alle Fragen und Kampafortgang
  
- Das Infomodul informiert ebenfalls über juristische Gemeinsamkeiten sowie Unterschiede in den einzelnen Ländern der Kampagne.
  
- CSC-Datenbank über bestehende Clubs sowie aktive Gruppen in Europa

## 2) Bildungsmodul

- Lehrvideos
- CSC-Basisseminar online 3 Stunden (Erstes Date: 14. Oktober)
- CSC-Einsteigerseminare jeweils 1 Tag (Nächstes Date: Cannafest Prag im November)
  - +Grundsätze, Kampa, Tools, Systemerklärung
  - +parallel während anderer Hanfevents z. B. Hanfparade, Messe
- CSC-Seminar für Fortgeschrittene 4 Tage  
Nächstes Date: Januar 2015
  - +juristische Grundlagen und Argumentation CSC
  - +überregionale Tools
  - +Pressearbeit
  - +Besichtigung CSC sowie Backgroundinfos



Bildung muss sein, sonst funkt nix! (hier in der DESI/Nürnberg).

### 3) Kooperations- und Aktionsmodul

#### Der Kampagnenverlauf auf lokaler Ebene

- Schritt 1: Leuchtrakete lokale FB-Präsenz
- Schritt 2: Initial - Identifikation eines neuen Aktiven oder bestehender Aktiver!
- Schritt 3: Kommunikationsnetzwerke installieren; Struktur vor Ort, Meetings, Twitter, G+...
- Schritt 4: Petition/Antrag/Bitte an die Kommune, einen CSC einzuführen
- Schritt 5: Kampaphase Pingpong! Petition 2, 3, Pressearbeit
- Schritt 6: Bürgerbegehren auf kommunaler Ebene
- Schritt 6b: optional/alternativ - Eröffnung eines CSC ohne explizite Genehmigung

#### Der Kampagnenverlauf auf europäischer Ebene

- Schritt 1: Initialphase - Vorstellung am 29.08.14 - done
- Schritt 2: Einarbeitung Feedback bis zum 30.09.14 (am 03.11.14) - done
- Schritt 3: Veröffentlichung Kampareader bis zum 30.10.14 (neues Datum 06.12.14)
- Schritt 4: Vervollständigung Mediathek: Videos, Satzungen usw. bis Q1/15
- Schritt 5: Schaltung zentrale Hotline ab 01.12.14
- Schritt 6: Einrichtung des CSC "Centrum" als Backuporga bis Ende Q1/15
- Schritt 7: Kampaphase und Ressourcen "ansparen"
- Schritt 8: Lenkung aller Ressourcen auf Volksbegehren aus 1!
- Schritt 9: Europäische Bürgerinitiative (optional)

- Organisation von Besuchen für Politiker, Journalisten und andere Interessierte in verschiedenen Cannabis Social Clubs

- Referentendienst, Mithilfe bei Infoveranstaltungen

- Unterstützung von Initiativen zur Auslotung juristischer Grenzen. **Feedback:** Dieser Aspekt soll vertieft werden: Die Kampagne wird verstärkt auch die juristische Umsetzbarkeit in den verschiedenen (Bundes)Ländern prüfen, bzw. juristische Konstrukte andenken, sowie aussichtslose juristische Situationen klar kommunizieren!

- **Feedback:** An geeigneter Stelle (bei der Beschreibung von existierenden CSCs) soll als eine Organisationsform ein CSC unter kommunaler Verwaltung als eine mögliche Vereinsstruktur dargestellt werden. Unter dem Strich wäre dies eine Art der vielen Umsetzungsmöglichkeiten einer eigenen Satzung. Warum auch nicht, wenn auch die Initiatoren nur wenige Clubmitglieder kennen, die das wünschen würden.

- mögliche Eröffnung einer Clubaußenstelle an verschiedenen Orten zur Unterstützung der lokalen Bemühungen



- Ausarbeitung individueller CSC-Satzungen bzw. kommunaler CSC-Verordnungen
- Produktion von Promomaterial
- Produktion von Spendendosen
- regelmäßige regionale/lokale (online) Kampameetings

#### 4) Clubmodul

- Eröffnung eines Trägerclubs mit Vorbildsatzung
- Vorbildsatzung: Wie schaut der "optimale" CSC aus?

Minimumstandards sind definiert durch: <http://encod.de/info/WHAT-IS-A-CANNABIS-SOCIAL-CLUB.html>

- nicht angebots-, sondern nachfrageorientiert
- nicht gewinnorientiert!
- Transparenz durch legalen Verein und Wahlen
- Präventions- und Gesundheitsorientiert
- aktive politische Teilnahme

- optional und wünschenswert = Satzung des Trägervereins

- freie Versorgung von Patienten, solange die Krankenkasse nicht für die orale Einnahme zahlt  
**Feedback:** Der Medizinische Aspekt soll in der Kampagne ausdifferenziert werden. Die Existenz von vor allem für Rezeptinhaber existierenden Clubs, als Teil der gesamten CSC-Welt und ihre Vorteile für Patienten sollen separat dargestellt werden.

- aktive Präventionsarbeit (Präventionskonzept)

**Feedback:** Zu Recht wurde bemerkt das außer dem Schlagwort "aktive Präventionsarbeit" eine Erläuterung fehlt. Umso mehr ist es wichtig festzustellen, dass ein solches Präventionskonzept für Cannabis als solches bisher vollkommen in der gesellschaftspolitischen Diskussion fehlt. Daher wird es der CSCistOK! ein besonderes Event sein, als erste Organisation überhaupt ein glaubwürdiges und schlüssiges Konzept zur Cannabisprävention vorzulegen, welches ebenfalls im Trägerverein angewandt werden wird.

- optional aber nicht in der Vorbildsatzung

- Mindestalter höher als 18

**Feedback:** Zu Recht wurde als Feedback geäußert, dass eine Altersgrenze von 18 Jahren das Problem eines sinnvollen Jugendschutzes nicht vollständig löst. Das stimmt und sollte innerhalb der Diskussion nicht vergessen werden. Es wäre aber für die Kampagne als solches vermessen, sich auf eine allgemeine Volljährigkeits- oder Drogenmündigkeitsdebatte einzulassen, ohne die eigenen Machbarkeitsgrenzen zu sprengen. Daher vergisst die Kampagne diese Diskussion nicht; eine Antwort auf die oben genannten Fragen wird aber nicht angestrebt. Diese muss die Gesellschaft als solches liefern.

- Quote für rezeptpflichtige Mitglieder

- Club dient als Träger der Kampagne und Basis für weitere Aktionen/Projekte um weitere Cannabis Social Clubs in Mitteleuropa zu eröffnen.

- Innerhalb des Clubs wird wie in jedem Verein durch Wahlen und Mitgliederversammlungen das hier vorgelegte Konzept entwickelt und/oder verändert.

### **Vorteile für Aktive/Unterstützer:**

- 1) einfache Kampagne
- 2) übersichtliche Jobs!
- 3) Support aus Zentrale
- 4) Fortbildung
- 5) optionale Möglichkeit zur Mitgliedschaft im realexistierenden CSC-“Zentral”

### **Vorteile für aktive CSC-Gruppen:**

- 1) neue Werkzeuge
- 2) Vernetzung
- 3) Publizität der Tätigkeit
- 4) Fachinformationen
- 5) Individuallösungen

### **Finanzierung der Kampagne:**

- Minimax Prinzip!
- durch Gründung eines Träger-CSC mit entsprechender Vereinssatzung!
- durch Spenden/Sponsoren, Merchandise



## **Aktueller Stand der Kampagne: ausführlicher Reader zur Kampagne wird erstellt**

Die Kampagne wurde am 29.08.14 der Öffentlichkeit im Rahmen der Cannatrade 2014 in Zürich/Dietikon vorgestellt.

Seit der Veröffentlichung lief die Feedbackphase und zwar genau bis zum 30.09.2014 (abgeschlossen am 15.10.14).

Mit der Publikation des vorliegenden Konzeptes 2.0 ist die Feedbackphase abgeschlossen und das Feedback als Grundlage weiterer Arbeit eingearbeitet.

Ab sofort wird aus dem vorliegenden Konzept 2.0 ein Reader formuliert, der möglichst einen schnellen Einstieg in die Kampagne in Eigenarbeit ermöglicht. Natürlich ist hierzu einiges an Schreibearbeit nötig; die Initiatoren hoffen dennoch, den Reader zum 06.12.14 der Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen.

Aktive, die schon überzeugt sind, können natürlich sofort und am besten hier mitmachen: ???  
Oder schreiben einfach eine Email an: [feedback@cscistok.eu](mailto:feedback@cscistok.eu)

**DANKE!**

**Johann, Sebastian und Emmi**