

Batana: Haarpflegemittel aus dem Regenwald

Batana kommt aus der Sprache der Miskitu und bedeutet Haarpflegemittel. Die ölig-weiche Paste wird nach dem Waschen auf das noch feuchte Haar aufgetragen und wirkt 30 min ein – danach hinterlässt es eine natürliche Fettung und Stärkung des Haupthaars, die noch Wochen nachwirkt.

Die Miskitu-Tieflandindianer bewohnen den zweitgrößten Regenwald des amerikanischen Kontinents (Muskitia) in Nicaragua und in Honduras. Die heute ca. 50 000 Miskitus sind vor 1000 Jahren aus dem nördlichen Südamerika nach Zentralamerika, dem heutigen Siedlungsgebiet, gekommen.



Sie verwenden Batana mindestens seit ihrer Ankunft in Honduras. Die dunkle, wenig geruchsintensive Paste produzieren sie selbst in großen Mengen aus der sog. amerikanischen Ölpalme (elaeis oleífera).

Botanisches Potential

Durch Kochen der Palmfrüchte wird das Öl abgesondert und homogenisiert. Durch verschiedene handwerkliche Verarbeitungsprozesse wird das Substrat bis zur Verbringung in kleine Gebinde in der Muskitia selbst verarbeitet. Die amerikanische Ölpalme wächst in den mittleren und östlichen Ortschaften der Muskitia und wird derzeit von etwa 2 000 Miskitufamilien hergestellt.

Wie die Karte zeigt, befindet sich das Siedlungsgebiet fern der Straßen im Osten von Honduras. Es ist über mehrere Tage mit dem Boot oder in einem Charterflug von La Ceiba aus in ca. 90 min zu erreichen. Aufgrund des weltweit werthaltigen Produkts Batana ist schon seit Jahren eine relativ handlungsfähige betriebswirtschaftliche Organisation namens Moskibatana entstanden, die Vertragspartner von Botanica oder Evonik werden möchte.



Spelleken Assoc. kann die Gesamtplanung von Deutschland aus vornehmen incl. Antragstellung, Abrechnung, Wirtschaftsprüfung und Berichtswesen.

Die Muskitia besteht aus Feuchtsavanne und tropischem Regenwald. Diverse endemische Arten und die Abgeschiedenheit erlauben eine einzigartige Konzentration auf seltene Pflanzen und Tiere. Allerdings erfordert jede Entwicklungs- und Marktstrategie die enge Zusammenarbeit mit den Miskitu, die selbst nur wenig hierarchisch organisiert sind. Daher gibt es drei Zugänge, die eine langfristige Zusammenarbeit erfreulich gestalten:



1. Der nordamerikanische Verein **MOPAWI** geht ursprünglich aus der protestantischen mährischen Kirche hervor und betreut die Miskitu und Tawahka seit mehr als 100 Jahren selbstlos. Das Komitee von MOPAWI steht mit den Verfassern dieses Vorschlags bereits seit Monaten in Kontakt.
2. Die privatwirtschaftliche, renommierte Organisation **Rainforest Alliance** hat vier Jahre lang die Hersteller von Batana beraten und die Zertifizierung nach FSC bereits vorbereitet. Eine umfassende Studie von RA erlaubt tiefere Einblicke in den hier nur angerissenen Hintergrund.
3. Die deutschen EZ-Organisationen giz und KfW finanzieren seit Jahrzehnten den Naturschutz in der Muskitia und sind nah am Thema. Diese Anthropologen und Forstingenieure aus Projekten des **Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)** wären wohl dankbar, wenn durch den Handel mit Batana moderne Einkommensquellen für die vielfach unterversorgten Menschen Miskitu entstünden.

Produktpotential

Batana kommt als konkretes Produkt für eine breite Markteinführung in Europa infrage, da es die Anforderungen an kaufkräftige, urbane Schichten in der EU erfüllt, die ökofair und zutiefst sinnvoll einkaufen wollen; gleichzeitig aber vegan-ökologisch ihrem Körper etwas Gutes tun. Im Rahmen einer Zusammenarbeit lassen sich auch weitere fitofarmazeutische und fitokosmetische Rohstoffe oder sogar Produkte aus der Muskitia ableiten.



Bisher wurde Batana bereits über Jahrzehnte erfolgreich in Kanada angeboten. Dort genoss es keine Produktförderung, so dass der Absatz bescheiden blieb. Ähnlich ist Batana in Europa zeitweise im Internet bestellbar gewesen. Leider standen hinter diesen Vermarktungsstrategien nie jemals kapitalkräftige Handelspartner.

Aktuell besteht der Vorschlag in einer beherzten Produktentwicklung mit Marke in den Händen von Botanica (Arbeitstitel: Botanica Batana). Damit wäre eine einzigartige Marketingchance verbunden, da mit der Schönheit der Muskitia und ihres bedrohten Volkes argumentiert werden kann. Das färbt auch auf andere Produkte ab, und die schon bestehende Produktion von Batana als dem wichtigsten Produkt der Miskitu-Indianer bedeutet mehr als nur CSR.

Förderansatz



Das Vorhaben könnte z.B. von der deutschen KfW-Tochter DEG kofinanziert werden. Dann wäre der Weg auch das Ziel, weil die Kooperation mit den Miskitu incl. Vorstudien, Workshops, Verhandlungen, ergänzender Beratung und Zertifizierung sowie begleitender PR bundesdeutsch abgedeckt würde. Das *Centro de Negocio* in Tegucigalpa ist die ideale Drehscheibe für ökofaire Förderstrategien in ganz Honduras.

Das alles eröffnet auch die Chance einer besseren Positionierung von Honduras im Welthandel. Denn Honduras ist seit kurzem aufgrund der erfreulichen Wahlen von Xiomara Castro im November nicht mehr die leidige Bananenrepublik in Händen honduranischer Konzerne, sondern ein Land im Aufbruch.