

Walter M. Weiss | Ulrich Wernery

111 Dinge
über Kamele,
die man
wissen muss

111

emons:

Vorwort

Was tun die meisten von uns instinktiv beim Anblick eines Kamels? Sie schmunzeln. Denn dieses kuriose, in Aussehen und Gehabe so herrlich exzentrische Geschöpf weckt unweigerlich heitere Gefühle. Zugleich jedoch wird es von vielen, vor allem Menschen des Westens und Städtern, für ein vorsintflutliches Vieh gehalten, das vornehmlich brüllt, beißt und stinkt. Welch fatales Vorurteil! In Wahrheit hat dieses sympathisch genügsame Wesen das Zeug zum künftigen Wohltäter der Menschheit. Kraft seiner Milch, seines Fleisches und Blutes wird es bald schon weite Teile der Welt ernähren und heilen helfen. Und sein extrem wasser- und energiesparender Lebenswandel wird sich in Zeiten der wachsenden Klimakrise als vorbildhaft erweisen.

Diese Zukunftsperspektive, der sich die moderne Forschung gerade erst gebührend zu widmen beginnt, bildet einen Schwerpunkt dieses Buches. Doch beleuchtet es, klar, auch vielerlei andere Facetten der Kamele. So wandeln Sie lesend auf den archäozoologischen Spuren ihrer Vorfahren, lernen Spannendes über Physiologie, Sozialverhalten und die Rollen in Religion, Kunst und Krieg. Sie begegnen ihnen unter bitterarmen Nomaden, aber auch superreichen Golfarabern, die sie zu verhätschelten Rennboliden hochzüchten.

Und schließlich begleiten Sie diese vielerorts weiterhin unverzichtbaren Weggefährten des Homo sapiens auf den historischen Karawanenwegen zwischen Sahara, Weihrauch- und Seidenstraße. Denn immerhin trugen Dromedar und Trampeltier (Alpaka, Lama & Co. bevölkern wenige Buchseiten) als Reit- und Lasttiere zur Entwicklung diverser Zivilisationen entscheidend bei.

Was wir hoffen – und, offen gesagt, fast erwarten: dass Sie sich im Laufe Ihrer Lesereise, ein klein wenig zumindest, in diese wunderschönen Wüstentiere so verlieben, wie es uns sehr heftig vor langer Zeit schon geschah.

Viel Vergnügen dabei wünschen Ihnen

Walter M. Weiss & Ulrich Wernery

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Emons Verlag GmbH
Alle Rechte vorbehalten
© der Fotografien: siehe Seite 238; Fotorecherche: Walter M. Weiss
© Covermotiv: [shutterstock.com/photomaster](https://www.shutterstock.com/photomaster);
Anan Kaewkhammul; Artorn Thongtukit
Gestaltung: Eva Kraskes, nach einem
Konzept von Lübbeke | Naumann | Thoben
Druck und Bindung: Himmer GmbH Druckerei & Verlag, Augsburg
Printed in Germany 2021
ISBN 978-3-7408-1206-5
Originalausgabe

Unser Newsletter informiert Sie
regelmäßig über Neues von emons:
Kostenlos bestellen unter
www.emons-verlag.de

16 Kotballen und Urinsalz

Flüssigkeit sparen selbst beim Verdauen

Die Fähigkeit der Kamele, den Flüssigkeitsverlust zu minimieren und so selbst bei größter Hitze wochenlang ohne Wasser auszukommen, ist legendär. Ihr liegen diverse physiologische Eigentümlichkeiten zugrunde. Zwei besonders faszinierende betreffen die Ausscheidungsorgane.

Ihre Nieren sind so wirkungsvoll, dass sie selbst Wasser mit mehr als drei Prozent Kochsalzgehalt problemlos verarbeiten. Dank besonders langer sogenannter Henlescher Schleifen, jenem zentralen Abschnitt der Nierenkanälchen, der Säugetieren den Entzug von Wasser aus ihrem Harn ermöglicht, vermögen sie große Flüssigkeitsmengen in den Organismus zu reabsorbieren. Der Urin wird so maßgeblich eingedickt und kann, wovon dann weiße, aus Salzkristallen gebildete Streifen an den Hinterbeinen zeugen, beim Absetzen nahezu doppelt so viel Salzanteil wie Meerwasser aufweisen. Zusätzlich eine wichtige Rolle bei der Regulierung des Wasserhaushalts spielt, ähnlich übrigens wie bei Haien, Harnstoff: Die Abgabe dieses Endprodukts des Proteinstoffwechsels in den Urin kann im Falle drohender Austrocknung stark reduziert, das heißt in den Nieren zurückgehalten werden. Das dadurch dem System wieder zugeführte Wasser wird hernach, wenn dem Tier wenig Futter zur Verfügung steht, mittels der mikrobiellen Darmflora im ersten Vormagen in Eiweiß resynthetisiert.

Von vergleichbarer Bedeutung wie dieser renale Mechanismus ist, was den Erhalt von Körperflüssigkeit betrifft, die Reduktion des Wassergehalts im Kot. Kameliden produzieren auffällig kleine, harte und trockene Ballen – für Beduinen der ideale Brennstoff, etwa zum Teekochen. Spezielle Zellen im Dickdarm bewirken, dass dem Exkrement der überwiegende Teil des Wassers entzogen und wieder in den Organismus eingespeist wird. Deshalb verlieren Kamele durch Defäkation täglich nur 1,3 Liter, das entspricht etwa einem halben Liter auf 100 Kilogramm Körpergewicht.

Kamele sondern durchschnittlich pro Tag bloß rund einen Liter Urin ab. Das ist extrem wenig für Tiere dieser Größe. Zum Vergleich: Pferde scheiden täglich etwa die zehnfache Menge aus, und Rinder allein durch ihr Gedärm 20 bis 40 Liter Flüssigkeit. Kein Wunder, dass Letztere ohne Möglichkeit zu trinken binnen ein paar wenigen Tagen verdursten.



46 Das Camel-Kamel

Ein fragwürdiges Werbemaskottchen

Gesundheitsapostel und auch Verbraucherschützer mögen nachträglich die Nase rümpfen. Doch der immense Erfolg des Logos und damit der Zigarettenmarke, für die es seit mehr als 100 Jahren wirbt, ist unbestreitbar. »Camel« ist in der globalen Warenwelt fast zu einem Gattungsnamen geworden.

Als der US-Geschäftsmann Richard J. Reynolds 1913 in Winston-Salem, North Carolina, eine der landesweit ersten Fertizigaretten auf den Markt brachte, wählte er als werbewirksames Symbol dafür Pyramiden, Palmen und – ein Dromedar. Als Zeichenvorlage diente die Fotografie eines alten Kamels, »Old Joe« genannt, aus dem Wanderzirkus Barnum & Bailey. Bereits 1921 entstand der bald weltberühmte Werbeslogan »I'd walk a mile for a Camel«. Zum prägenden Testimonial auf dem US-Markt, wo *Camel* binnen Kurzem einen Marktanteil von 40 Prozent erreichte, wurde Westernlegende John Wayne (der freilich dummerweise an Lungenkrebs starb). Name, Logo und Image sollten martialische Männereinsamkeit und grenzenlose Abenteuer in fernen, fremden Welten suggerieren. Passend dazu startete man in den 1980er Jahren den *Camel Shop*, einen Versandhandel für Outdoor-Ausrüstung, organisierte die *Camel Trophy*, eine Art Expeditionsrallye, und sponserte vorrangig Motorsport.

Zum 75-jährigen Markenjubiläum führten die Marketingstrategen dann, um jüngere – potenzielle – Raucher anzusprechen, das Cartoon-Maskottchen »Joe Camel« ein. Sein Einsatz steigerte den Absatz von Camel bei Minderjährigen von gerade einmal 1 im Nu auf fast 33 Prozent. Doch als eine Studie zeigte, dass Sechsjährige die Werbefigur besser kannten als Micky Maus und Fred Feuerstein, traten Kinderschutz- und Anti-Raucher-Organisationen in Aktion. Und 1997 trug Reynolds die Kampagne offiziell zu Grabe. Die »coole«, »lustige« Comic-Gestalt wurde durch das schlichte, vierbeinige, nicht anthropomorphe, bis heute gebrauchte Camel-Kamel ersetzt.

