Blutspendewerbung durch Briefmarken

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Das Schweizerische Rote Kreuz**

Band (Jahr): **83 (1974)**

Heft 4

PDF erstellt am: **02.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-974713

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

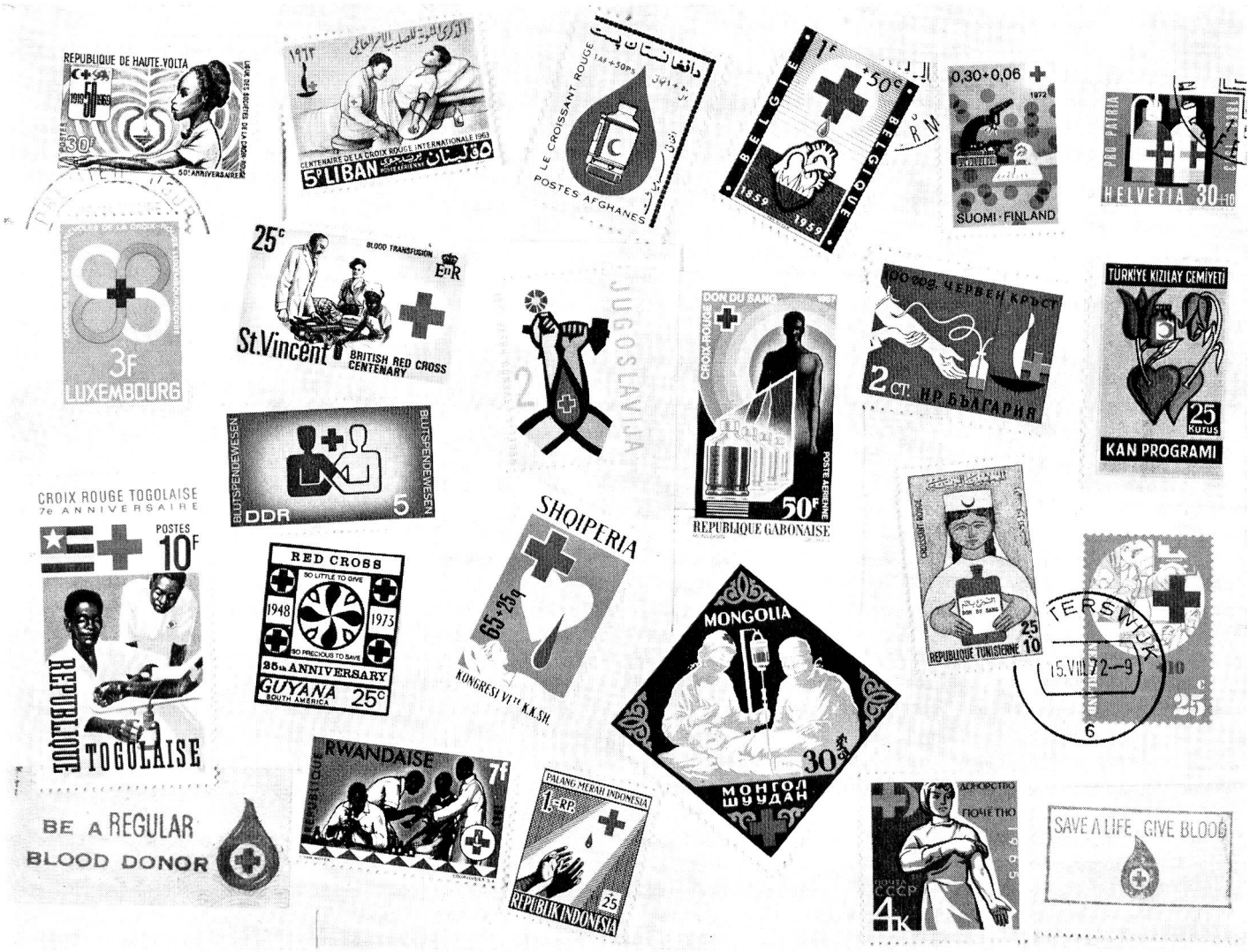
Blutspendewerbung durch Briefmarken

Unter allen Reklamemöglichkeiten, die für die Verbreitung der Blutspende eingesetzt werden, stellen wir eine heraus, die besonders ansprechend ist: die von verschiedenen Postverwaltungen zu den jeweiligen nationalen Blutspendeprogrammen herausgegebenen Marken, deren Sujets entweder zum Spenden aufrufen oder eine Anwendung der Blutspende zeigen. Da der Weltrotkreuztag 1974 unter das Motto gestellt wurde «Gespendetes Blut – gerettetes Leben», werden dieses Jahr sicher viele weitere Sondermarken zu dem Thema erscheinen.

Ein ausgestreckter Arm, eine Blutflasche, ein Kranker im Bett mit der Transfusionsflasche – diese einfachen Motive, auf der Briefmarke oft millionenfach verbreitet, sind dazu angetan, den Begriff der Blutspende bekanntzumachen, die Leute zur Unterstützung zu veranlassen und den Boden für die Werbung neuer Blutspender vorzubereiten.

Zahlreiche Sammler von Rotkreuzmarken interessieren sich ganz besonders für das Thema Blutspende; viele dieser Philatelisten sind selber Spender.

Die erste Marke mit Zuschlag, die das Transfusionswesen illustrierte, erschien 1942 in Ungarn und ging auf die Initiative der dortigen Rotkreuzgesellschaft zurück.

Im Laufe der vergangenen rund 30 Jahre haben nach unserem Wissen 27 nationale Rotkreuz- und Rothalbmond-Gesellschaften von Markenausgaben profitiert, die speziell der Blutspende gewidmet waren: 6 in Afrika, 4 in Amerika, 5 in Asien, 12 in Europa. 24 von den insgesamt 60 Werten wurden mit einem Zuschlag für das Rote Kreuz verkauft. Mehrmals umfasste die Sonderausgabe 2, 3, 4 oder 5 Frankaturwerte in einer Serie. Belgien, Finnland, die Niederlande, Togo und Yugoslawien gaben bereits je zweimal eine Sondermarke zum Blutspendewesen aus.

14 von den 27 Rotkreuzgesellschaften beteiligen sich an der Rekrutierung der Blutspender, 8 sind für das Blutspendewesen im Landesgebiet verantwortlich und 5 betreiben Transfusionszentren, die den grössten Teil des benötigten Blutes einbringen.