Zeitschrift: Das Schweizerische Rote Kreuz
Herausgeber: Schweizerisches Rotes Kreuz
Band: 83 (1974)
Heft: 4

Artikel: Blutspendewerbung durch Briefmarken
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-974713

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 21.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

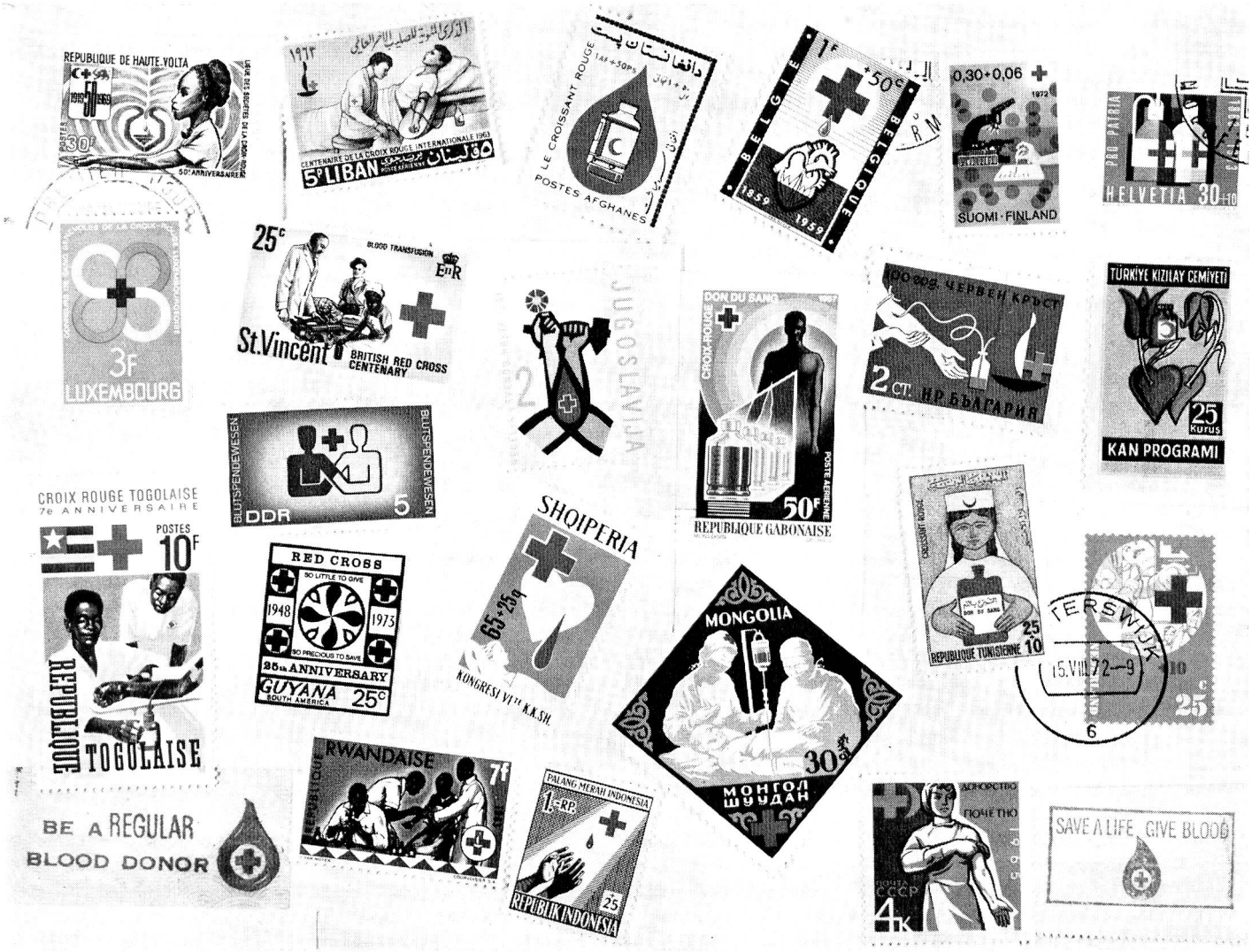
Blutspendewerbung durch Briefmarken

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.