

**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. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **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. [Voir Informations légales.](#)

### **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. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 02.04.2025

**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 «Ge-

spendetes 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 Bo-

den 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 Jugoslawien 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.

