



Weltblutspendertag: Rotkreuz-Blutspendedienste starten mit neuer Kampagne

Beitrag

Was wäre das Oktoberfest oder der Biergarten ohne A, B und O? „kt erfest“ und „Biergarten“ – sieht blöd aus und ist auch nur die halbe Wahrheit. So ungefähr wie`s Weißbier ohne Krone. Kein echter Bayer würde das gutheißen, weil das Entscheidende fehlt. Münzt man nun Buchstaben in Blutgruppen um und stellt die Frage: Was, wenn Blut bestimmter Gruppen – eben A, B, 0 – nicht mehr vorhanden ist? Dann stehen Menschenleben auf dem Spiel, weil etwas Überlebensnotwendiges nicht zur Verfügung steht: Blut, das etwa 2.000 Patienten in Bayern und sogar rund 15.000 deutschlandweit jeden Tag dringend benötigen. Blut kann nicht künstlich hergestellt werden und muss somit unaufhörlich gespendet werden. Dabei ist jede Blutgruppe wichtig. Patienten, die beispielsweise regelmäßig bei einer Krebstherapie oder auch ad-hoc nach Unfällen auf Spenderblut angewiesen sind, könnten ohne A, B oder 0 einfach nicht mehr versorgt werden.

#missingtype. Erst wenn`s fehlt, fällt`s auf!

Pünktlich in der Weltblutspenderwoche starten die Rotkreuz-Blutspendedienste in Deutschland deshalb mit einer neuen Aufmerksamkeitskampagne durch: #missingtype. Erst wenn`s fehlt, fällt`s auf! Am 14. Juni, findet der insgesamt 15. Weltblutspendertag statt, der jedes Jahr zu Ehren des Geburtstags von Karl Landsteiner (1868-1943), dem Pionier der Transfusionsmedizin, begangen wird. „Dieser Tag ist ein guter Anlass, sowohl Spender und ehrenamtliche Blutspende-Helfer für ihr großes soziales Engagement zu ehren, als auch auf die große Bedeutung der Blutspende hinzuweisen – mit dem Ziel, dadurch neue Spender für die gute Sache zu begeistern“, erklärt der Geschäftsführer des Blutspendedienstes des BRK, Georg Götz.

Dass Blutspenden wichtig und Blut häufiger mal knapp ist, wissen 94 Prozent der Deutschen. Lediglich 3,5 Prozent allerdings tun etwas dagegen und gehören zu den aktiven Blutspendern. Die meisten Menschen kennen nicht mal ihre eigene Blutgruppe. Hinzu kommt, dass die deutschen Rotkreuz-Blutspendedienste jährlich etwa 100.000 freiwillige Spender verlieren. Also soll die Mitmach-Kampagne #missingtype mit dem Gedanken an fehlende Blutgruppen in Form fehlender Buchstaben in Texten, Logos oder Bildern dazu beitragen, viele Menschen für die Blutspende zu sensibilisieren und neue Spender zu gewinnen.

Über 100 Partner mischen deutschlandweit bei #missingtype mit

Mehr als 100 Partner aus der Unternehmenswelt und dem öffentlichen Leben unterstützen die Rotkreuz-Blutspendedienste deutschlandweit bei diesem Vorhaben: von E.on, google, FlixBus oder mymüsli bis hin zu zahlreichen Fußballbundesliga- und Sportvereinen wie die Brose Baskets oder Borussia Dortmund. So schaltet der BVB beispielsweise die Buchstaben B und O in der Stadionbeleuchtung aus und postet davon ein Bild. Mymüsli hat ein eigenes Müsli kreiert und postet dazu. Google verzichtet auf die Buchstaben O im Logo. Die Mitmach-Varianten bei #missingtype sind vielfältig und kreativ. Jeder Inhalt, den Kampagnen-Teilnehmer in ihren Medien über die Blutspende veröffentlichen, wird mit dem Hashtag #missingtype markiert.

Seit 11. Juni läuft die Aufmerksamkeitskampagne noch bis zum 22. Juni in digitalen Medien, mittlerweile sogar über die Landesgrenzen hinaus – da auch andere Länder weltweit aufgesprungen sind, darunter Thailand, Japan, USA, Frankreich, Belgien, Italien, Südafrika, Kanada oder China. Alle Infos auf www.missingtype.de.

Text und Fotos: Blutspendedienst-Presseteam



#missingtype





#missingtype

Blutspendedienst
des Österreichischen Roten Kreuzes







Kategorie

1. Allgemein

Schlagworte

1. Bayern