

Bringt das was?

Eine der größten und schwierigsten Aufgaben aller Blutspendedienste ist es, stets ausreichend viele Menschen davon zu überzeugen, ihr Blut für die Versorgung ihrer Mitmenschen zu spenden.



Abbildung 1: Doc Esser

In der letzten Ausgabe der Hämotherapie haben wir an den Beispielen von Doc Esser und der jungen Mutter Katharina gezeigt, wie hilfreich die Unterstützung authentischer Testimonials bei der Motivation von Blutspendern sein kann.



Abbildung 2: Katharina

Aus Sicht der Unternehmenskommunikation und der Blutspenderwerbung bleibt es schwierig, die Wirkung von Kampagnen vorauszusagen. Unsere Ziele sind meist klar: Neue Blutspender gewinnen, bewährte Blutspender zur Rückkehr oder zum häufigeren Blutspenden zu motivieren. Einfach mal „was mit Medien“ zu machen, kann

dann sehr erfolgreich sein oder auch völlig danebengehen. Wir nutzen mittlerweile zahlreiche Kanäle, um potentielle und tatsächliche Blutspender zu erreichen. Von der Einladungskarte über den Presstext bis zum Facebook- und Instagram-Posting passiert eine Menge. Manchmal wundern wir uns – auch nach jahrzehntelangen Erfahrungen – was funktioniert. Und was nicht.

Zum Beispiel:

EIN IRRTUM

Die Idee war einleuchtend: Wenn jemand zum ersten Mal zu einem Blutspendetermin kommt und genau dann nicht Blut spenden darf, wirkt das frustrierend. Wenn man ihm kurze Zeit später einen freundlichen Brief mit einer Erläuterung der Nicht-Zulassung, mit wertschätzenden Worten und mit einem Pflastermäppchen (als „Trostpflaster“) schickt, erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass er es nochmal versucht.

Von Februar 2012 bis Januar 2014 hat der DRK-Blutspendedienst West eine wissenschaftliche Studie zu dieser These durchgeführt. Beim Kongress der Deutschen Gesellschaft für Transfusionsmedizin und Immunhämatologie (DGTI) im September 2013 in Münster haben Dr. Gabriele Walther-Wenke und Frank Quante aus dem Zentrum für Transfusionsmedizin Münster die ersten Ergebnisse auf einem Poster vorgestellt und ein entsprechendes Abstract eingereicht.

Die Fakten: Diejenigen, die in NRW zum ersten Mal Blut spenden wollten, aber temporär zurückgestellt werden mussten (also grundsätzlich blutspendefähig waren, nur zu jenem Zeitpunkt nicht) und eine gerade Spendernummer hatten, erhielten einen persönlichen Brief mit Erläuterung und Trostpflaster. Diejenigen mit einer ungeraden Spendernummer erhielten den üblichen Einladungsbrief. Mehr als 14.000 zurückgestellte Erstspender kamen infrage; 7.440 erhielten den Motivationsbrief, 7.468 die normale Einladung. Das Ergebnis war überraschend: Von den mit Brief und Pflastermäppchen angeschriebenen Noch-nicht-Blutspendern kamen innerhalb von 13 Monaten nach der Rückstellung 25,86 Prozent wieder, aus der Kontrollgruppe waren es mit 25,16 Prozent nur unwesentlich weniger.

Fazit der Studienleiter: „Es scheint schwierig zu sein, das Spenderverhalten von zurückgestellten Erstspendern durch gezielte persönliche Ansprache in Verbindung mit einem kleinen Incentive positiv zu beeinflussen.“

Ein attraktives Dankeschön und ein dringender Appell

Gegenbeispiele gibt es zum Glück auch. Natürlich ist es nicht wissenschaftlich erwiesen, dass Maßnahme A zu Ergebnis B führt, aber manche Zahlen sprechen eine ziemlich deutliche Sprache. Die Sommermonate bleiben als beliebte Ferien- und Urlaubszeit eine bekannte Herausforderung für die Blutspenderwerbung. Wer Urlaub hat, verreist gerne und kommt dann in der Regel nicht zur Blutspende. Wenn die Sonne brennt, liegt man lieber am Pool als auf der Blutspenderliege.



Abbildung 3: Power für Lebensretter

Keine neuen Erkenntnisse, aber manchmal gelingt es, das scheinbar Unvermeidliche zu bezwingen. Im Sommer 2017 sahen wir die Blutspenderzahlen sinken und steuerten mit einer Medienkampagne dagegen. Die Presseinformation „Blutspenden als gesellschaftliche Aufgabe – nur 373.000 Menschen sichern 70 Prozent des Blutbedarfs von rund 23 Millionen Einwohnern. Der DRK-Blutspendedienst West sucht Blutspendernachwuchs mit „Blutspender werben Blutspender“-Aktion“ hatte eine unerwartet hohe Resonanz. Zahlreiche Journalisten fragten nach und berichteten. Die „Blutspender-werben-Blutspender“-Kampagne versprach jedem Blutspender, der einen neuen Spender mitbrachte, eine Powerbank (einen mobilen Akku zum Aufladen von Smartphone, MP3-Player und Tablet). Jeder Blutspender bekam zudem ein Mini-Multifunktionswerkzeug („Multitool“). Schwer zu sagen, welche

Aktion nun wirklich durchschlagend war. Aber die Zahlen der Blutspender im Gebiet des DRK-Blutspendedienstes West zeigen, dass im Juli 2017 14.713 Blutspender mehr kamen als im Juli 2016. Im August flaute die Wirkung ab, aber es gab noch ein Plus von 5.939 Blutspendern im Vergleich zum Vorjahr. Im Juli und August 2016 freuten wir uns über 12.276 Menschen, die sich zum ersten Mal in ihrem Leben auf den Weg zu einem Blutspendetermin machten. Ein Jahr später waren es 16.411. Allerdings – im vierten Quartal 2017 konnten wir die geplanten Blutspenderzahlen nicht erreichen. Man darf also vermuten, dass viele Blutspender sich im Sommer durch den Medienwirbel motiviert fühlten und dann erst mal Pause machten.

ZWEI ERFOLGE

Bring your buddy

Von Juli bis September 2019 haben wir allen Blutspendern, die einen Erstspender mitbrachten, eine kleine Bluetooth-Lautsprecherbox geschenkt und diese Aktion intensiv mit dem Slogan „Bring your buddy“ beworben. Die Zahlen sind deutlich: Wir konnten von Juli bis September 2019 insgesamt 25.054 Erstspender begrüßen. Das waren 4.794 mehr als im Vergleichszeitraum 2018.



Abbildung 4: Blutspender werben Blutspender

Blutgruppe 0

Im Sommer 2019 zeichnete sich ein auffälliger Mangel bei Blutspenden der Blutgruppe 0 ab. Wir haben uns mit dem Aufruf „DRK sucht dringend Blutspender der Blutgruppe 0“ an die Medien gewandt und auf die Bedeutung der Blutgruppe 0, vor allem 0 Rhesus negativ, hingewiesen. Die gewünschte Sicherheitsreserve an Blutkonserven

DRK sucht dringend Blutspender Der Vorrat reicht nicht für einen Tag

MÜNSTER. Der DRK-Blutspendedienst West, eine Einrichtung des Deutschen Roten Kreuzes, wendet sich mit einer dringenden Bitte an alle Blutspender der Blutgruppe 0. Die Ferienzeit wirke sich stark auf die Lagersituation der Blutspenden und somit auf die Versorgung der Krankenhäuser mit Blutkonserven aus, heißt es in einer Pressemitteilung. Nach DRK-Angaben werden täglich mindestens 3000 Blutspenden benötigt.

Die „Komfortzone“ liegt nach eigenen Angaben bei einem Drei-Tagesvorrat, um auf einen steigenden Bedarf oder Krankheitswellen reagieren zu können. Die derzeitige Lagersituation, insbesondere der Blutgruppe 0

Rhesus negativ, liegt demnach jedoch bei unter einem Tag und somit in einem „durchaus kritischen Bestand“.

„Die Blutgruppe 0 Rhesus negativ ist deshalb so wichtig, weil nur sechs Prozent der Bevölkerung diese Blutgruppe hat, sie jedoch bei beinahe allen Patienten eingesetzt werden kann, heißt es weiter. „Aber auch der Bestand der Blutgruppe 0 Rhesus positiv sinkt derzeit täglich“, berichtet Thomas Böderker, Geschäftsführer des DRK-Blutspendedienstes.

Deshalb ruft der DRK-Blutspendedienst West alle gesunden Menschen der Blutgruppe 0 (mit dem Rhesus-Faktor positiv oder negativ) auf, jetzt Blut zu spen-



Das DRK ruft zur Blutspende auf, denn die Ferienzeit wirkt sich nach Angaben des Blutspendedienstes auf die Vorräte aus.

Foto: DRK Blutspendedienst West

den. Blut spenden kann jeder ab 18 Jahren, Neuspender bis zum 69. Geburtstag. Zur Blutspende muss ein amtlicher Lichtbildausweis mitgebracht werden. Männer dürfen sechs Mal und Frauen vier Mal innerhalb von zwölf Monaten Blut spenden. Zwischen zwei Blutspenden müssen 56 Tage

liegen.

Für alle, die mehr über die Blutspendetermine in Wohnortnähe erfahren wollen, hat der DRK-Blutspendedienst West eine kostenlose Hotline geschaltet. Unter ☎ 0800 -11 949 11 werden montags bis freitags von acht bis 18 Uhr alle Fragen beantwortet.

Abbildung 5: Pressebeispiel Sommer 2019

liegt bei einem Drei-Tages-Vorrat, im August vergangenen Jahres hätte es nur noch für knapp einen Tag gereicht. Auch nach dieser Meldung gab es eine große Resonanz bei den Medien. Und bei den Blutspendern. Im August kamen mit 6.065 Blutspendern der Blutgruppe 0 Rhesus negativ etwa 500 bis 1.000 mehr als in den vorangegangenen und nachfolgenden Monaten.

Klingt einfach. Wenn es eng wird mit der Blutversorgung, geben wir eine Presseinfo heraus, posten bei Facebook

und warten auf die Anrufe von Lokalfunk- und Zeitungsjournalisten. Leider funktioniert die Welt der Kommunikation schon lange nicht mehr so ideal. Jeder kann heute seine Anliegen veröffentlichen. Unendlich viele Stimmen ringen um Aufmerksamkeit. Neben kreativen Ideen, überzeugenden Argumenten und einem guten Timing gehört wohl immer auch ein Quäntchen Glück dazu, wenn man eine überzeugende Wirkung in der Öffentlichkeit erzielen will.

Die Autorin



Claudia Müller

DRK-Blutspendedienst West gemeinnützige GmbH, Zentrum für Transfusionsmedizin Münster
c.mueller@bsdwest.de

Die Literaturhinweise zu diesem Artikel finden Sie im Internet zum Download unter: www.drk-haemotherapie.de