



Erfolgreiche Blutspenderwerbung

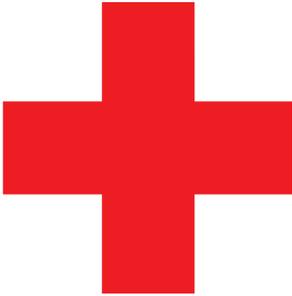
Seit 1984/85 betreiben die DRK-Blutspendedienste eine gemeinsame Informationskampagne für die Blutspende mit jährlich wechselnden Motiven und Themen. Ein zentrales Medium dieser Kampagnen sind die Großflächenplakate, in diesem Jahr mit dem Slogan „Alles ist käuflich, Blut nicht!“

Mit insgesamt 16.000 bis 30.000 Plakatwänden, verteilt über die gesamte Republik, erreicht die Werbung der DRK-Blutspendedienste eine beachtliche Öffentlichkeit.

Zum wiederholten Male wurde jetzt ein Motiv aus diesen Blutspendekampagnen des DRK von Fachkreisen der Werbeindustrie unter die zehn besten Plakate des Monats gewählt. Stolz darauf sind nicht nur die Agentur Flaskamp in Berlin, die für die Entwürfe und Idee verantwortlich zeichnet, sondern auch die verantwortlichen Werbeleiter der DRK-Blutspendedienste, die jährlich die Qual der Wahl bei der Auswahl der richtigen Motive haben. Mit der Wahl unter die besten zehn Plakate des Monats wird nicht nur die gestalterische Form bewertet. Wichtige Kriterien für die Bewertung des Plakates sind auch die Wiedererkennung, Gefallen,



**Die erste Liebe gibt's
im Spielzeugladen.
Blut nicht.**



**SPENDE
BLUT**
BEIM ROTEN KREUZ

Deutsches Rotes Kreuz

Termine und Infos 0800 11 949 11 oder www.DRK.de

Kauf-Appeal und Wissensvermittlung des Motivs.

Die Motivation von jährlich über 3 Mio. Spenderinnen und Spendern zur unentgeltlichen Blutspende erfordert eine permanente Aufmerksamkeit und Ansprache der Ziel-

gruppen. Aus den Reaktionen der Bevölkerung zu den einzelnen Plakatmotiven kann regelmäßig die Resonanz erkannt und das Thema „Blutspende“ aktualisiert werden.