

Serving the Children of the World



Kiwanis

w w w . k i w a n i s . o r g . p l

BIULETYN INFORMACYJNY



GRUDZIE 2015, NR 40 (49)

1



Kiwaniis

w w w . k i w a n i s . o r g . p l

SPIS treści

ZAWARTOŚĆ

STRONA

- | | |
|---|---------|
| • Jarmark Bożonarodzeniowy we Frankfurcie | • 3 |
| • Wigilia I Dywizji | • 4 |
| • Niebieskie mikołaje na rynku sycowskim | • 5 |
| • Szkolenie w Bydgoszczy | • 7 |
| • Konkurs! Zrób film/zdjęcie o swoim klubie | • 8 |
| • Budowanie wizerunku klubu cd. | • 19-12 |
| • Szkolenie w Leuven | • 13-14 |
| • Granty Kiwanis International | • 15 |
| • Kalendarium | • 16 |



Kiwaniis

w w w . k i w a n i s . o r g . p l

WIEŚCI z klubów

KLUB KIWANIS ZIELONA GÓRA „ADSUM”
Jarmark Bożonarodzeniowy 2014 we Frankfurcie/O.



Klub Kiwanis Zielona Góra Adsum od ośmiu lat współpracuje z Klubem Kiwanis z Frankfurtu/O. Zawsze w okolicach 6 grudnia, dniu imienin św. Mikołaja odwiedzamy naszych przyjaciół na Jarmarku Bożonarodzeniowym, który odbywa się w dawniejszym kościele Marienkirche służącym obecnie jako sala koncertowa i wystawiennicza. Na czas adwentu wewnątrz dawnego gotyckiego kościoła zapelnione zostaje kolorowymi stoiskami, na których sprzedawane są wszelkie akcesoria związane z nadchodzącymi świętami.

Stałą tradycją Jarmarku jest udział w nim frankfurckich klubów charytatywnych zbierających fundusze na swą działalność poprzez sprzedaż różnych drobiazgów. Spotkać tam można przedstawicieli Rotary i Lions, są również członkowie zaprzyjaźnionego z nami Klubu Kiwanis Frankfurt/O., którego członkowie ubrani są w stosowne stroje z emblematem naszej organizacji. Kiwanisi w pasiastych fartuchach oferowali, odwiedzającym to miejsce, Eierpunsch dla dorosłych i dla dzieci oraz francuskie naleśniki. Wśród sprzedających byli tym razem: Anita, Falk, Michael E. i Michael T. Chętnych do skorzystania z okazji pokrzepienia się było dużo. Oczywiście kosztowałyśmy i MY, tzn. Ula, Ania i niżej podpisana. Możemy zaświadczyć, iż był to pyszny zestaw! Choć cokolwiek procentowy!

Barbara Krzeszewska-Zmyślony



Kiwaniis

w w w . k i w a n i s . o r g . p l

WIEŚCI z klubów

SPOTKANIE WIGILIJNE i DYWIZJI



W dniu 11 grudnia 2014 roku Szef I Dywizja Kiwanis zorganizował wieczór wigilijny w Pensjonacie IRENA dla zarządu I Dywizji. Było bardzo uroczyście. Ryszard Huciński przywitał wszystkich uczestników spotkania, podziękował Prezydentom za ich wkład pracy w propagowanie idei Kiwanis. Specjalnym gościem wieczoru był artysta rzeźbiarz Stanisław Gierada, który otrzymał z rąk Ryszarda Hucińskiego dyplom uznania za przekazywanie swoich prac artystycznych na cele charytatywne. Prezydenci poszczególnych klubów przedstawili swoje plany działania na 2015 rok. Barbara Czesnowska z klubu Sopot zaprosiła członków Kiwanis do Sopotu na uroczystość walentynkową, która odbędzie się w dniu 13 grudnia 2015 roku. Na zakończenie uroczystej kolacji szef I Dywizji Ryszard Huciński złożył wszystkim uczestnikom spotkania świąteczne oraz noworoczne życzenia.

Pozdrawiam serdecznie,
Stanisława Kierznikowicz



Kiwanis

w w w . k i w a n i s . o r g . p l

WIEŚCI z klubów

KLUB KIWANIS SYCÓW

Niebieskie mikołaje znowu w akcji, tym razem rozdawały prezenty dzieciom na sycowskim rynku.



Serving the Children of the World



Kiwanis

w w w . k i w a n i s . o r g . p l





Kiwanis

w w w . k i w a n i s . o r g . p l

szkolenie

21 lutego, godz. 17.00 - 20.00, Bydgoszcz

Zarządzanie projektami w klubach Kiwanis Dystrykt Polska

Szkolenie to jest przeznaczone dla prezydentów klubów.

Szkolenie poprowadzi **Przemysław Burdelski**, który zajmuje się zarządzaniem projektami zawodowo od prawie 8 lat wraz z ekspertem z Project Management Institute Poland Chapter, oddziału Kujawsko-Pomorskiego, które będzie oficjalnym partnerem tego treningu.

Pierwsza część szkolenia - 1 godzina - poświęcona będzie prezentacji metodyk i standardów zarządzania projektami, a także możliwości jakie daje PMI.

Po krótkiej przerwie (15 min.) planowany jest warsztat - praca w grupach. W trakcie warsztatu każda z grup będzie miała za zadanie z sukcesem doprowadzić zadany projekt do końca: w założonym czasie, przy danych zasobach oraz zaplanowanych kosztach, wreszcie zgodnie z oczekiwaną jakością.

Warsztat potrwa godzinę. Końcowe 15 minut szkolenia zostaną poświęcone na podsumowanie rezultatów warsztatu, ze wskazaniem płynących z niego lekcji.

Serdecznie zapraszamy wszystkich Prezydentów Klubów naszego Dystryktu!



Kiwanis

w w w . k i w a n i s . o r g . p l

UWAGA konkurs **to już ostatnie chwile**

Przyjaciele Kiwanisi!

Każdego z Członków Klubu, a także Kluby jako całość zapraszamy do wzięcia udziału w konkursie!

Wystarczy w dowolnie wybranej przez siebie formie (nagranie, grafika, film, animacja, obraz) odpowiedzieć w maksymalnie 3 min. na pytanie czym dla Ciebie jest Klub Kiwanis lub jaki jest Twój Klub Kiwanis.

W konkursie wybrane zostaną prace, które posłużą do promocji naszej Rodziny Kiwanis w sieci! A najlepsze prace zostaną nagrodzone!!!

Prace należy zamieszczać w treści wydarzenia na Facebooku lub przesyłając na adres”

KiwanisPolska@gmail.com

Termin nadsyłania prac do końca stycznia 2015.

Zapraszamy do wzięcia udziału w konkursie !!!



Kiwaniis

w w w . k i w a n i s . o r g . p l

KĄCIK WIEDZY *czyli* mini artykuły o maxi sprawach

Budowanie wizerunku Klubu cd.

Skoro mamy już naszą misję oraz wypisane wartości, jakimi się kierujemy, to czas podjąć się kolejnego wyzwania! **Robimy analizę SWOT!**

Jeśli już znacie te metody, to w zasadzie możecie od razu brać pióra do ręki, a jeśli jeszcze się z nimi nie spotkaliście lub nie mieliście okazji zbyt często z niej korzystać – poniżej znajdziecie proste wskazówki, jak ją zastosować i wykorzystać.

Czym jest SWOT?

Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats czyli analiza Słabych i Mocnych Stron oraz Szans i Zagrożeń. Polecana metoda dla wstępnego uporządkowania sobie wiedzy o danej sytuacji, organizacji czy przedsięwzięciu.

Jej zastosowanie do opisu naszego Klubu ma jedną zasadniczą przewagę nad ogólną dyskusją – zachęca do głębszego zastanowienia się nad wszystkimi czterema analizowanymi wymiarami, dając gotowy materiał do pracy nad wypracowaniem z nich korzyści dla naszej organizacji.

Zbierane informacje zapisujemy tworząc listę, jak na rysunku poniżej:

SŁABE STRONY

- 1)
- 2)

MOCNE STRONY

- 1)
- 2)

ZAGROŻENIA

- 1)
- 2)

SZANSE

- 1)
- 2)

Czym są Silne i Słabe Strony?

Silne i Słabe Strony opisują organizację, wskazując na to, co jest w jej wnętrzu. Skupiamy się zatem na tym, co reprezentuje nasz Klub i jego członkowie, wypisujemy wszystko to, na co sami bezpośrednio mamy wpływ lub czego stan może od nas zależeć. Aby analiza była pełna, przeanalizujcie stan na dziś i zapiszcie go jako siłę lub słabość. Jeśli jest to coś, co może pojawić się w przyszłości – ujmijcie to w Szansach/Zagrożeniach.



Kiwaniis

w w w . k i w a n i s . o r g . p l



SILNE STRONY — wszystko to co stanowi Wasz atut, daje przewagę nad innymi podobnymi organizacjami, wskazuje zalety Klubu. Jeśli odpowiedzieliście sobie wcześniej na pytanie dlaczego ludzie mieliby dać wsparcie finansowe właśnie mojemu Klubowi - to czujecie, że praca macie już wykonanej. Bo to z pewnością ci są Wasze silne strony! Warto jednak przyjrzeć się naszemu Klubowi bliżej, przypomnieć sobie wspólne wartości i zobaczyć czy nie ma jeszcze kilku Silnych Stron. Pomogą pytania: **w czym dobry jest Mój Klub? Co najlepiej robi członkowie Klubu, jakie są nasze najbardziej cenne kompetencje? Za co nas ceni, szanuje, co ma wpływ na naszą reputację (w tym także znane nazwiska, które Was firmują, są Waszymi ambasadorami, a także postawy i zachowania, które przyczyniają się do budowania zaufania wobec Klubu)?**



SŁABE PUNKTY - wszystko to co wymaga dopracowania, może być wadą lub barierą w osiągnięciu celu. W budowaniu wizerunku Klubu błąd to w szczególności ciężka różnica niespełnionych obietnic, brak określonych kompetencji, które pozwalają nam działać na poziomie jakiego oczekujemy od nas inni lub jakiego byśmy sami sobie życzyli, bariery wynikające z położenia Klubu. Słabym punktem może być również nienadążanie za zmianami – technologicznymi / technicznymi, prawnymi, demograficznymi, itp. Również patrzcie na wypisane wartości zastanówcie się czego Wam brakuje, aby działać zgodnie z nimi na każdym polu. Pomogą pytania: **gdzie są słabe punkty Klubu? Jakie przeszkody natrafiać? Z jakich okazji nie skorzystaliście lub nie skorzystacie i dlaczego? Czy działalność Klubu zależy od szczególnych zmian w otoczeniu i czy Klub jest gotowy działać po każdej z tych zmian? Czy są zachowania i postawy, które przeszkadzają w realizacji misji zgodnie z wyznaczanymi wartościami?**

Czy są SZANSE I ZAGROZENIA?

Ta część analizy opisuje organizację wskazując na to, co jest na zewnątrz niej. Skupiamy się zatem na tym, co w najbliższym otoczeniu może mieć znaczny wpływ na postrzeganie Klubu, może wspierać lub przeszkadzać w budowie jego silnej marki. Oprócz analizy zewnętrznych czynników, warto w Szansie i Zagrożeniu wpisać również cele wewnętrzne Klubu różniące szansy i zagrożenia zdarzeń przyszłych (np. jeśli czegoś nie zmienimy, to stanie się to zagrożeniem dla naszego Klubu, albo jeśli gdzieś poszukamy odpowiednich kompetencji, to stworzy to dla nas szansę na określony sukces w przyszłości).



SZANSE — wszystko to, co właśnie ciwam wykorzystane jest dla Wasz szans na pozytywne zmiany, osiągnięcie zamierzonego rezultatu. Wszystko to, co przybliży Was do tego, że Klub będzie kojarzony z Waszą Misją i wartościami, że Wasza reputacja będzie dokładnie taka, o jak zabiegacie. Pomogą pytania: **jakich nowych wyzwań może podjąć się Klub? Jakiego ma możliwość wpływania na otoczenie – poprzez jakie działania (tu sam sposób działania Klubu, ale także osoby, które mogą zaangażować, hasła którymi może się posługiwać aby się łączyć z innymi komunikatami, itd.)?**



Kiwaniis

w w w . k i w a n i s . o r g . p l



ZAGRO ENIA — wszystko to, co może mieć negatywny wpływ na Klub, zmiany / zdarzenia, która mogą zagrozić reputacji Klubu. Wszystko to, co może pokrzyżować Wasze plany lub zniweczy podejmowany trud budowania wizerunku Klubu. Pomogę pytania: **jakie działania innych instytucji (urzędów, stowarzyszeń, fundacji, instytucji kultury) mogą mieć wpływ na działanie Klubu i przeszkodzić mu w działaniu? Jakie zmiany w otoczeniu mogą wpłynąć negatywnie na siłę promocji Klubu (nowe środki przekazu, bariery w komunikacji z odbiorcami promocji, zmieniające się oczekiwania sponsorów)? Jakie działania Klubu (akcje, partnerzy, postawy, zachowania) mogą w przyszłości mieć wpływ na Wasze plany?**

JAK WYKORZYSTAĆ WYNIKI ANALIZY SWOT?

Zastanówmy się, co możemy zrobić z zebranymi informacjami. Po pierwsze, zakreślmy na czerwono te słabe strony i zagrożenia, które są szczególnie ważne, a ich wpływ może mieć kluczowe znaczenie dla marki Klubu. Następnie podkreślmy na zielono te mocne strony i szanse, które mogą nam pomóc w uniknięciu zagrożenia, czy mogą nasze słabe strony zamienić w neutralne lub silne w przyszłości. **Zapiszmy pomysły, jak tego dokonać.**

Po drugie, przeanalizujmy szanse, jakie widzimy i zobaczmy, czy mamy odpowiednie siły, aby je wykorzystać. Jeśli tak, to jakie, jeśli nie – to znaczy, że jest to nasza słabość i warto dodać ją do listy, a następnie zapiszmy, co należy zrobić, aby szansa jednak mogła w przyszłości być wykorzystana.

Po trzecie, przejrzyjmy raz jeszcze zagrożenia, które wcześniej nie były podkreślone i ze szczególnym trudem przyjrzyjmy się tym, które uznano za szczególnie niebezpieczne dla naszego Klubu. **Zapiszmy, co zrobić, aby tych zagrożeń uniknąć.**

Ostatecznie, wybierzmy kluczowe dla powodzenia naszej misji czynniki – zarówno te posiadane, jak i te, które musimy zdobyć. Mogą być to różnego rodzaju zasoby: kompetencje, środki finansowe, kontakty, partnerstwa, itd. **Zapiszmy je w podziale na MAMY i SZUKAMY.**

To wszystko przekładamy na konkretne działania i spisujemy nowy kontrakt dla naszego Klubu!

To, na co stawiamy – wpisujemy w swoje cele.

To, czego potrzebujemy – wpisujemy w swój plan działań i określamy, do kiedy i jak pozyskamy zasoby, których nam brakuje.

To, czego unikamy – zapisujemy w formie deklaracji mówiącej o tym, jak B. DZIEMY DZIAŁA „od dziś będziemy robić tak...” (czyli wiemy, czego nie chcemy i piszemy, jak ma być).



Kiwaniis

w w w . k i w a n i s . o r g . p l

Ustalamy jak b dziemy sprawdza : czy mo liwe do pojawienia si zagro enia staj si realnymi zagro eniami, po czym b dziemy wiedzie , e ich unikn li my i oczywi cie co jaki czas b dziemy to sprawdza . Najlepiej si tu sprawdza zasada omawiania post pów na spotkaniach Klubu. Wówczas z miesi ca na miesi c nie tylko wiecie co si udało osi gn , ale tak e widzicie rzeczywisty wpływ Waszej pracy na zmiany zachodz ce w Klubie i wokół niego. A wierzcie – pojawi si !

KLUCZ DO SUKCESU?

Realizowa plan. Skoro ju ustalili my co chcemy osi gn , jak chcemy by postrzegani, wiemy jakie szanse chcemy wykorzysta , przygotowujemy plan działa . Okre lamy co jest do zrobienia, kto si czym zajmuje, wyznaczamy sobie terminy wykonania poszczególnych zada i ... bierzemy si do dziaania!

Ka dy na odcinku, w którym jest dobry i który lubi – w ko cu teraz ju znamy swoje kompetencje i wiemy kto co lubi robi i w czym si sprawdza. **Wi c do dzieła – zaplanujmy nasz kampani wizerunkow , któr wykorzystamy do wsparcia najbli szej akcji Klubu!**

Konsekwencja, konsekwencja i jeszcze raz konsekwencja. Buduj c mark Klubu, przede wszystkim stajemy na stra y przestrzegania warto ci, które przyj li my, zasad, których podj li my si trzyma .

Oznacza to, e nawet najbardziej intratny sponsor, który mo e zagrozi naszej reputacji – nie mo e by z namizwi zany.

Nawet najmniejsza kampania nie mo e by oderwana od cało ci – u ywamy tych samych komunikatów, haseł i uzgodnionego sposobu współpracy. Dbamy o jako naszych materiałów promocyjnych, zwracamy uwag na to czy nasze logo jest dobre, czy nie jest zniekształcone, czy podane hasła i misja s wła ciwie przytaczane, czy nasze wypowiedzi przyczyniaj si do wzmacniania naszego wizerunku, czy podkre laj warto ci, jakimi si kierujemy.

A wiat zacznie widzie nasz Klub takim, jakimi my jeste my!

Czego bardzo ycz !

Powodzenia!!!
Daria Kubiak





Kiwaniis

www.kiwaniis.org.pl

Szkolenie dla trenerów w Lueven



Wczesnym rankiem 28 listopada 2014 roku wyjechałam samochodem do Berlina na lotnisko Tegel. Czekala mnie ciekawa wyprawa - wyjazd na szkolenie organizowane w Leuven w Belgii przez KIEF. Na parę tygodni przed spotkaniem zaproszeni trenerzy otrzymali zadania do przygotowania. Dodatkowo każdy uczestnik szkolenia musiał wcześniej wykonać szkolenie e-learning na platformie www.kiwaniis.eu. Moje zadanie polegało na przygotowaniu gry Team Work. Pozostali członkowie szkolenia przygotowali m.in.: wystąpienia publiczne na temat Projektu The Eliminate oraz prezentacje multimedialne dotyczące swojego dystryktu. Już w piątek po południu odbyły się pierwsze warsztaty. Były bardzo interesujące, każdy z nas intensywnie pracował w zespole. Poznawaliśmy się i wspólnie budowaliśmy wizerunek lidera, mentora i przywódcy. Wieczorem rozmowy przy kolacji i podczas nieformalnych już spotkań. Tak to już jest, że często te kularowe dyskusje są ważniejsze, bo można dowiedzieć się jak na co dzień pracują kluby i członkowie Kiwanis w Europie, jak radzić sobie w grupie i wśród nowych wyzwań.



Kiwaniis

w w w . k i w a n i s . o r g . p l

Sobotnie szkolenie było intensywne i angażujące nas trenerów. Zostaliśmy podzieleni na trzy grupy, każdy otrzymał kartę pracy i oceny za przygotowane *zadanie domowe*. Jako pierwsi zaprezentowali się ci, którzy przygotowali „wystąpienia publiczne dotyczące projektu Eliminate. W praktyce okazało się, że nie jest łatwo w pięć minut zaprezentować Projekt. Ocenie podlegały: sposób prezentacji, głos, styl i zainteresowanie odbiorcy.

Kolejna grupa prezentowała swoje dystrykty. Najciekawiej wypadły Mihaela Cristina z Francji i Veronika Zíšková z Czech/Słowacji. Obie prezentacje miały ciekawy pomysł, jednak ich mankamentem była zbyt duża ilość informacji. No właśnie, przesyt nie jest dobry w filmie czy animacji komputerowej, szczególnie gdy narrator czyta tekst który oglądamy.

Trzecia grupa (tu ja pracowałam) dostała zadanie przygotowania gry – tak by wszyscy byli jej uczestnikami. Zaproponowałam ułożenie słów TEAM WORK z osób biorących udział w warsztatach. Było wesoło, bo każdy chciał być literką T, a dwie osoby budowały E czy A, M, W, K. Tylko z pewnej odległości widać zespołowe działanie. Podobnie pracował w Zespole trener z Kalabrii Giuseppe Azzarà (z Włoch). Ten zespół zebrał najlepsze oceny, bo i pomysły były ciekawe i zaangażowano wszystkich do działania i było wiele śmiechu.

Czy warto tak się szkolić? Tak Warto. Każdy z nas trenerów uczył się wielu nowych działań, rozwiązań i przede wszystkim poznaliśmy się wzajemnie. Dlatego w tym miejscu zachęcam - przyjeżdżajcie na szkolenia organizowane przez KIDP do Bydgoszczy, do Warszawy i zapraszajcie nas trenerów do siebie. Obiecuję, że przyjedziemy.

W Leuven mieliśmy jeszcze spotkanie z obecnymi i przyszłymi władzami Kiwanis z Europy i świata. Vincent Salembier przedstawił nową stronę Kiwanis na 100-lecie i program na 2014/2015. Ernest Schmid – prezydent-elekt Kiwanis KIEF z Austrii przedstawił program na następną kadencję. Ale teraz czeka nas czas pracy i nowych pomysłów, by Kiwanis w Polsce był widoczny, znany, by było Nas więcej.

Pozdrawiam Was serdecznie, Do zobaczenia w Bydgoszczy, do zobaczenia w Warszawie.
Bogumiła Burda



Kiwaniis

www.kiwaniis.org.pl

Kolejne granty KIWANIS w zasięgu ręki! Aplikować mogą Kluby i Dystrykty!

Wnioski głównie składane są w języku angielskim, ale dostępne są też wersje formularza i instrukcji w j. hiszpańskim i francuskim. Na co w szczególności Kiwanis przeznaczyć planuje środki z grantów?

Priorytetem są projekty realizowane w ramach „Service Leadership Programs” (więcej w programie

<http://www.kiwaniis.org/kiwanisone/lead/club-committees/service-leadership-programs-committee#.VKatLYcdGMM>) oraz projekty skierowane do dzieci.

Przyznanie dotacji ma również wpływać na promocję i rozwój Rodziny Kiwanis w miejscach gdzie działa, stąd ważne będzie również zwrócenie uwagi w aplikacji na korzyści jakie w tym zakresie może osiągnąć Kiwanis dzięki przekazaniu grantu.

Jak aplikować?

Wejść na stronę <http://www.kiwaniis.org/foundation/impact-and-programs/kiwanis-family-grants#.VKHX9OAAJQ>, ściągnąć instrukcję i wniosek aplikacyjny, uzupełnić go zgodnie z wytycznymi a na koniec przesłać **DO 15 KWIETNIA w 7 kopiach** na podany w instrukcji adres.

Informacji zasięgnąć można tu: tel: +1-317-217-6159 e-mail: grants@kiwanis.org





Kiwanis

w w w . k i w a n i s . o r g . p l

kalendarium

Klub KIWANIS „Koziołki Poznańskie”

zaprasza

24 stycznia 2015 roku o godz. 20.00

na XII Karnawałowy Bal Charytatywny,

który odbędzie się w restauracji Hotelu IKAR

61-717 Poznań, ul. Kościuszki 11

Cena zaproszenia: 170 zł od osoby

Klub Kiwanis Syców

zaprasza

13 lutego 2015 roku o godz. 19.00

na Doroczny XIX Bal Charytatywny,

który odbędzie się w restauracji Aroma Stone w Sycowie

W trakcie balu odbędzie się aukcja dobroczynna

a muzycznie towarzyszyć będzie zespół Pegaz II