



# Kiwaniis®

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

## SPIS treści

### ZAWARTOŚĆ - część B

### STRONA

• Spis treści	• 2
• ELIMINATE - projekt ratujący życie...	• 15-16
• Konkurs! Zrób film, zdjęcie o swoim Klubie	• 17
• Kącik wiedzy - Budowanie wizerunku klubu	• 18-21
• Kalendarium - bale	• 22
• Kalendarium - szkolenia	• 23
• Od redakcji	• 24





# Kiwaniis®

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

## ELIMINATE

### Program ratujący życie nowonarodzonych dzieci i ich matek

W czerwcu 2010 roku rozpoczął się MNT (Maternal Neonatal Tetanus) -ELIMINATE Project, jeden z największych projektów Kiwanis International i UNICEF, którego celem jest zwalczanie skutków zakażenia tężcem wśród nowo narodzonych dzieci i ich matek. Jak straszna jest ta choroba mieliśmy okazje zobaczyć i poznać z różnych prezentacji, filmów i artykułów w biuletynach kiwanisowskich. Problem ten dotyczy głównie krajów, w których nie ma informacji na ten temat i brak jest właściwej higieny, a skutki zakażenia są bezwzględne - śmierć w okropnych cierpieniach. Jedynym sposobem przeciwdziałania tej chorobie jest edukacja i szczepionki ratujące życie.

Kiwanis International postanowił włączyć się do światowej akcji ratującej życie i ustalił, że do światowego konwentu w Indianapolis w 2015 roku, w którym to przypada 100-lecie naszej organizacji, zbierze na ten cel 110 mln dolarów, co pozwoli na uratowanie 129 mln kobiet i ich przyszłych dzieci. Decyzja ta oznacza zobowiązanie każdego członka należącego do Kiwanis International do czynnego udziału tej akcji.

Do tej pory, dzięki ludziom ogromnego serca i zaangażowania, zebrano ponad 70 mln dolarów, dzięki którym udało się wyeliminować problem tężca w 35 krajach (w Afryce w 27 krajach, na Środkowym Wschodzie w 2 krajach i w 6 krajach w Azji i na Pacyfiku). W dalszym ciągu 24 kraje potrzebują naszej pomocy! Potrzebna dawka szczepionki to tylko US\$ 1,8, to tak niewiele, aby uratować ludzkie życie!

Na początku wdrażania programu Kiwanis International ustalił kwoty, które każdy dystrykt powinien przekazać, aby wspólnie zebrać kwotę 110 mln potrzebna do osiągnięcia sukcesu i wyeliminowania tężca.

**Nasz dystrykt także ma zobowiązania**, bowiem Kiwanis International Dystrykt Polska *in Pre Formation* jest częścią międzynarodowej organizacji i dlatego musimy aktywnie włączyć się we wspólne projekty, szczególnie kiedy są one tak istotne i potrzebne milionom ludzi na całym świecie. Polscy członkowie Kiwanis nie mogą stać biernie z boku!

**KIDP został zobowiązany do zebrania 15 tys. dolarów** ciągu 5 lat trwania projektu, co w przeliczeniu na jednego członka polskiej organizacji wynosi ok. **US\$ 62** (wg danych ze stycznia 2011



# Kiwaniis®

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

roku). Niestety, **do tej pory przekazaliśmy US\$ 5348,72, co oznacza tylko US\$ 22,10 na członka naszego dystryktu!** I nie jest to kwota, z której możemy być dumni! Według oficjalnych danych lokuje nas to na 52 miejscu na 54 dystrykty biorące udział w projekcie (za nami są tylko Rumunia i Ekwador). Nie chodzi tu o konkurowanie z większymi dystryktami, tylko o zaangażowanie się we wspólny projekt i zaznaczenie naszej obecności w ogólnosiwiatowym projekcie. Dla przykładu Czechy, które miały do zebrania taka sama kwotę co Polska, przekazały aż US\$ 29 256,87 - liczby mówią same za siebie!

Do tej pory tylko kilka klubów polskich dokonało wpłaty na rzecz ELIMINATE. Są to: **KC Poznań Koziołki Poznańskie, KC Zielona Góra Adsum, KC Sopot, KC Puławy, KC Koszalin, KC Gdynia, KC Gdańsk Pro Familia oraz prywatna wpłata Stasi Kierznikowicz i Ali Błażyńskiej.** To za mało! Wiele osób brało udział w aukcji i loterii w czasie konwentu w Zielonej Gorze i w Kołobrzegu. Czekamy na pozostałe kluby i ich wpłaty!!! Listy klubów i darczyńców umieścimy na naszej stronie internetowej!

**Przed nami ostatni rok trwania programu i w związku z tym żaden klub nie może nie wpisać go do swojego kalendarza i budżetu na ten rok! Każdy członek klubu powinien się włączyć do zbiórki na zakup szczepionek ratujących życie - cena szczepionki to tylko US\$ 1,80 - niecałe 6 zł.**

Jak można zbierać fundusze na ELIMINATE? Pomysłów może być wiele, oto kilka z nich:

- skarbonki klubowe - niech będą obecne na każdym zebraniu z logo ELIMINATE, do których każdy będzie mógł wrzucać dobrowolne kwoty - członkowie klubu i goście
- listy do sponsorów z logo ELIMINATE - wzór będzie dostępny na stronie internetowej
- certyfikaty z podziękowaniem i medale Walter Zeller dla szczodrych sponsorów (więcej informacji zamieścimy wkrótce)
- korzystajcie z ulotek ELIMINATE, które były już wydrukowane - zamieścimy je na stronie internetowej do pobrania
- korzystajcie ze wzorów logo ELIMINATE - są na stronie internetowej
- przy okazji organizowania bali, pikników i rautów - nie zapominajmy o zbiórkach na ELIMINATE.

Jest wiele możliwości zebrania pieniędzy na ELIMINATE, kluby muszą się tylko w to zaangażować!

Wszystkie wpłaty proszę przelewać na konto naszego dystryktu z dopiskiem ELIMINATE!  
**NIKOGO NIE MOŻE ZABRAKNAĆ W TEJ AKCJI - JEDNO ŻYCIE LUDZKIE TO TYLKO 6 ZŁ**

Anna Maldzis-Jacobs  
Przewodnicząca Komisji ds. ELIMINATE 2014-2015



# Kiwaniis®

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

## UWAGA **konkurs**

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”

KiwaniisPolska@gmail.com

**Termin nadsyłania prac do końca stycznia 2015.**

Zapraszamy do wzięcia udziału w konkursie !!!



# Kiwaniis®

www.kiwaniis.org.pl

## KĄCIK WIEDZY *czyli* mini artykuły o maxi sprawach

### Budowanie wizerunku Klubu.

Każdy Klub tworzą jego członkowie. Suma ich celów, przekonań, wierzeń składa się na to, czy Klub jest lub się staje. Kierunki w jakich podążają tworzący je ludzie zmieniają Kluby – powoli, ewolucyjnie lub bardziej dynamicznie, czy wręcz rewolucyjnie. Przemyślane zmiany, zgodne z wolą większości członków Klubu, powodują, że organizacja się rozwija i coraz silniej zaczyna być na zewnątrz widoczna jej tożsamość.

**Pytanie czy przemyśleliśmy jaka ona ma być? Jak chcemy być postrzegani przez ludzi, inne organizacje? Innymi słowy, jaki chcemy stworzyć wizerunek naszego Klubu?**

Odpowiedzi na powyższe pytania są tym, co specjaliści od socjologii organizacji, marketingu i PR przekładają na strategie działania, sposoby podejmowania decyzji, język używany w materiałach promocyjnych, a także na sposób w jaki bezpośrednio, w kontaktach codziennych komunikujemy Kim Jesteśmy.

#### **CO POWODUJE, ŻE W JEDNEJ SPOŁECZNOŚCI CZUJEMY SIĘ DOBRZE, A W INNEJ JUŻ NIE?**

Jak dowodzą liczne badania socjologów i psychologów, decyduje o tym to na ile nasze wartości są zgodne z tymi, wyznawanymi przez daną grupę. Jeśli od lat jesteśmy w jednym Klubie, udzielamy się w organizowanych przez Klub akcjach lub najzwyczajniej cieszymy się na spotkanie z Koleżankami i Kolegami z Klubu, to znaczy, że większość wyznawanych wartości mamy wspólnych. Co oczywiście nie oznacza braku konfliktów, przejściowych problemów, burzliwych posiedzeń, gdy do podjęcia są kontrowersyjne decyzje. To oznacza jedynie, że pomimo różnicy zdań, nadal potrafimy się „dogadać” i wspólnie działać, że jest coś, co stoi ponad różnicą zdań. Tym czymś są właśnie wartości.

#### **JAK WYKORZYSTAĆ WARTOŚCI DO BUDOWANIA WIZERUNKU KLUBU?**

Wartości leżą u podstaw budowania marki każdej organizacji. Nawet najlepiej przygotowana akcja promująca organizację nie przyniesie wymiernych efektów, jeśli się okaże, że głoszone hasła są tylko pustosłowiem. Zastanówmy się, jak sami reagujemy na niespełnione obietnice, a obietnicą właśnie są hasła przez nas używane na ulotkach, stronach internetowych, podczas spotkań ze sponsorami. Jeśli chcemy być **coraz lepiej rozpoznawalni i wiarygodni**, co jest kluczowe dla powodzenia organizacji charytatywnych, to





# Kiwaniis®

www.kiwaniis.org.pl

nie pozostaje nam nic innego jak przyjrzeć się naszemu Klubowi, spotkać we własnym gronie i odpowiedzieć sobie na pytanie: **Kim jesteśmy? W co wierzymy? Dlaczego robimy to, co robimy?**

## **KIM JESTEŚMY?**

To kim jesteśmy wpływa na to co i jak robimy. Warto zatem zastanowić się nad tym, co nas charakteryzuje jako Klub, co nas wyróżnia, gdzie leży źródło naszych sukcesów. W przypadku organizacji takich jak nasze, odpowiedzi należy szukać w połączeniu umiejętności, wiedzy, talentów ludzi tworzących Klub. Wiemy to, bo znamy się, Zosia jest bardzo skrupulatna, Tomek jest świetnym organizatorem, na spotkania ze sponsorami to tylko z Dorotą, a najlepsze ulotki robi Maciek... Spiszmy te talenty, przydadzą nam się później, bo przygoda z budowaniem marki naszego Klubu dopiero się zaczyna

## **W CO WIERZYMYS?**

Trudniejsze pytanie, ale i z nim szybko sobie poradzimy. Wierzymy, że niesienie pomocy innym jest ważne, że angażowanie się w akcje społeczne ma sens, że działanie na rzecz poprawy sytuacji osób dyskryminowanych to nasza obywatelska powinność, że dawanie przynosi największą satysfakcję i napędza energią do organizacji kolejnych zbiórek, koncertów, imprez... Najważniejsze to głośno powiedzieć sobie w co się wierzy, bo to pierwsza wskazówka do szukania odpowiedzi na kolejne pytanie.

## **DLACZEGO ROBIMY TO, CO ROBIMYS?**

Najważniejsze pytanie, gdyż odpowiedź powinno być naszą dewizą. Jeśli chcemy budować markę naszego Klubu, to **określenie tego po co działamy jest kluczowe**. Dlaczego ludzie na całym świecie kupują produkty i usługi pewnych dostawców, dlaczego przywiązują się do określonych marek, dlaczego wpłacają swój 1% na określone cele spełniane często przez konkretne organizacje, dlaczego są lojalni? Świadomość ludzi staje się coraz większa a szczególnie silnie widać to w ich postawie społecznej. Dlaczego wspierają akurat tę a nie inną organizację mimo, że podobnych w danych mieście działa wiele? Co decyduje o tym, że jedne organizacje osiągają sukcesy i szybko pozyskują donatorów, a inne utrzymują się głównie ze składek członkowskich lub upadają? **ZAUFANIE**. Jeśli zatem ludzie mają nam ufać, muszą wiedzieć dlaczego **TO** robimy i mieć przekonanie, że wartości które deklarujemy,





# Kiwaniis®

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

są tymi, którymi się kierujemy. Niby proste i oczywiste. Niestety, gdy dochodzi do przełożenia tego na działalność organizacji, zaczynają się schody. Bo czy wspólnie kiedykolwiek zastanowiliśmy się i spisaliśmy deklarację „Dlaczego robimy to, co robimy?”. Jeśli nie, zachęcam do tego gorąco. Próbnijcie, a przekonacie się, że było warto.

## JAK TO ZROBIĆ I DLACZEGO WARTO?

Najprostszą metodą jest pochylenie się na misję naszego Klubu. Mottem Kiwanis jest „Służyć dzieciom na świecie”, a **jaka jest misja Waszego Klubu?** Tożsama, a może już kiedyś określając cele statutowe nakreśliliście ją inaczej? Bo jeśli w pełni tożsama, to jedynie działania jakich się podejmujecie to pomoc wyłącznie dzieciom, nie dorosłym, nie osobom starszym, nie młodym powyżej 18 roku życia, a może nawet nie młodzieży, bo to w końcu nie dzieci. Jak jest u Was? Zapiszcie na kartce i na zebraniu poruszcie ten temat. Jeśli nie macie spisanej misji – spiszcie ją. Możecie oczywiście przyjąć wprost motto Kiwanis lub potraktować je jako wytyczną do napisania misji Klubu - rozszerzając czy uszczegóławiając to motto, np. „Służyć dzieciom pomagając im rozwijać talenty”, „Wspierać rozwój nieletnich poprzez organizację zajęć edukacyjnych, kulturalnych i sportowych”, „Przeciwdziałać przemocy”. Misja może być krótka albo długa, ważne aby była na tyle zwięzła, aby każdy z członków Klubu mógł ją zapamiętać i się z nią utożsamiać. Kolejny krok to wymienić hasła, które będą światu pokazywały jakimi wartościami kierujecie się realizując tę misję, np. „Zmieniamy nasze otoczenie”, „Rozwijamy pasję”, „Dzielimy się tym co mamy najlepszego”. Hasło może być jedno, albo może być ich kilka. Niektóre organizacje wybierają hasło do każdego rodzaju prowadzonej działalności, np. innym hasłem posługują się gdy organizują imprezę artystyczną, innym gdy robią zbiórkę publiczną, a jeszcze innym gdy angażują się w działania mające na celu zmianę opinii społecznej na jakiś ważny temat. Są też takie, które mają tylko jedno przewodnie hasło i nim się posługują wszędzie, aby zakomunikować innym Co robią i Dlaczego to robią. Raz wykonana w tym kierunku praca procentuje przynajmniej na dwóch polach:

## WIARYGODNOŚĆ I SPÓJNOŚĆ W KOMUNIKACJI BEZPOŚREDNIEJ ORAZ KOMUNIKACJI NIEWERBALNEJ (NP. MATERIAŁY PROMOCYJNE I INFORMACYJNE).

Używając jednej misji i określonego hasła (dbając o to, aby zawsze było prawidłowo przytoczone) zaczynamy być lepiej rozpoznawalni. Dobre hasło potrafi szybko rozpowszechnić informację o działalności Klubu, a hasła właściwie dobrane do naszych wartości przyczynią się do przyciągnięcia ludzi, którzy się





# Kiwaniis®

www.kiwaniis.org.pl

z nim identyfikują. A zatem mają podobne wartości do naszych! To oznacza z kolei zwiększenie szansy na przyciąganie ludzi, którzy jak raz nam uwierzą, zaufają, zostaną z nami na dłużej, będą nas wspierać mniejszym lub większym datkiem na realizowane przez nas akcje.

Sami się zastanówcie dlaczego mając „na zbyciu” kilka złotych mielibyście je dać akurat Waszemu Klubowi? Postawcie się w roli przeciętnego przechodnia, który mija Was stojących z puszką na datki. Dlaczego akurat dla Was miałby się zatrzymać i podzielić z Wami swoimi pieniędzmi? Postawcie się w roli właściciela firmy, dlaczego akurat miałby wesprzeć Waszą akcję? Znow słowem klucz jest „Dlaczego?” Dewizą Klubu, która go przekona, bo jest zgodna z jego przekonaniem, może być np. „Ulepszamy świat kawałek po kawałku”. Świadcząc sobą, że tak właśnie działamy, jesteśmy w stanie zbudować wiarygodny wizerunek naszego Klubu.

Podobnie działają często powtarzane słowa, choć one działają głównie wówczas, gdy organizacja ma jednego lidera, z którym jest silnie utożsamiana, np. jak powiem „Siema!” to o jakiej akcji charytatywnej pomylicie?

## WIĘKSZE POCZUCIE PRZYNALEŻNOŚCI DO GRUPY I WZROST ZAANGAŻOWANIA W JEJ DZIAŁALNOŚĆ.

Niektórzy traktują ten aspekt, jako efekt uboczny budowania wizerunku organizacji. Ja powiedziałabym, że to jeden z najważniejszych możliwych osiągnięcia efektów! Rozmawiając o wspólnych celach, wspólnych wartościach, odkrywamy co nas łączy. To co nas łączy, spowodowało, że wstąpiliśmy do Klubu, jest motorem do działania, to motywuje do angażowania się, daje poczucie, że to jest **Mój Klub**. Czy jeszcze pamiętacie

czym jest to co Was łączy? Spiszcie wartości, jakie za tym stoją i na nich budujcie wizerunek swojego Klubu. Konsekwentnie dbając o poszanowanie tych wartości, dacie przestrzeń dla wszystkich Członków i Członkiń Klubów do identyfikacji z Klubem, czego sami też będziecie doświadczać. A przecież do działania, potrzebni nam są aktywni i chętni do pomocy ludzie!

*Idą Święta Bożego Narodzenia, to czas skłaniający do głębszej refleksji. Zachęcam Was tym bardziej do tego, aby właśnie teraz poświęcić chwilę na to, żeby się zatrzymać, spotkać w Klubie i porozmawiać o tym co dla Nas jest ważne.*

*Radosnych Świąt!  
Daria Kubiak*





# Kiwaniis®

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

## kalendarium

---

**Klub Kiwanis Syców**

zaprasza

**16 stycznia 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

---

**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**



# Kiwaniis®

www.kiwaniis.org.pl

## kalendarium

---

**21 - 22 luty 2015, Bydgoszcz**

Spotkanie prezydentów KIDP  
połączone z warsztatami pt.

*Zarządzanie projektami  
w klubach Kiwanis Dystrykt Polska*

---

**17, 18, 19 kwietnia 2015, okolice Warszawy**

Szkolenie Kiwanis International  
Dystrykt Polska

*Tworzenie klubów Young Professional  
Szkolenie dla prezydentów-elektów  
Trening*



# Kiwaniis®

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

od redakcji

Kochani,

zapraszam do lektury kolejnego biuletynu, który może cokolwiek spóźniony, ale przecież pełen różnorodnych wieści z klubów. Bardzo się cieszę, bo pokazywanie ciekawych inicjatyw, jakie są podejmowane w polskim Kiwanisie - jest naszym (komitetu komunikacji) najważniejszym zadaniem. Tych wszystkich, którzy jeszcze się nie odważyli, lub którym nagminnie brakuje czasu - zapraszam do korespondencji. Naprawdę nie trzeba pisać długich elaboratów. Jedni lubią stukać na klawiaturze, inni w tym czasie wołają swoją energię przenosić na coś innego. Mi wystarczą fakty i parę zdjęć, by pokazać, co dzieje się na Waszym podwórku. Bo wierzę, że w każdym miejscu znajdują się piękne i niepowtarzalne przykłady pomocy jaką niosą członkowie naszej organizacji tym najmniejszym, najbardziej poszkodowanym członkom ludzkiej rodziny.

Kochani, święta za pasem, pracy mnóstwo, wokół różne mikołajkowe, wigilijne i noworoczne spotkania. Prezenty, opłatki, wspólne pochylanie się nad dolą innych. Lubimy ten czas, bo pomagając innym sami czujemy się lepsi. A to przenosi się na nasz nastrój i dzięki temu jesteśmy tak naładowani pozytywną energią, że pozwala nam ona podejmować trudy, które w innych okolicznościach mogłyby wydawać się nie do pokonania. Życzę Wam (i sobie oczywiście też), by ta energia pozostała w nas na cały nadchodzący rok, byśmy z uśmiechem witali siebie przy każdym kolejnym spotkaniu. Będąc życzliwymi dla innych pomyślmy też o sobie, może troszkę poluzujemy w okresie świąt, trochę poleniuchujmy. Ponoć lenistwo i wygoda są rodzicami największych wynalazków i pomysłów.

Wszystkiego dobrego na te Święta i cały 2015 rok  
*Alicja Błażyńska*

opracowanie graficzne biuletynu - Alicja Błażyńska,  
redakcja - Alicja Błażyńska, Daria Kubiak  
nadsyłanie materiałów do biuletynu: [kiwanispolska@gmail.com](mailto:kiwanispolska@gmail.com)