SPRAWOZDANIE – „Szpik Misja – Elbląska akcja #KOMÓRKOMANIA Fundacji DKMS”

Akcja zorganizowana została razem z fundacją:

DKMS
POKONAJMY NOWOTWORY KRWI

Sprawozdanie sporządził (Elbląg, 23 marca 2026r.):
Jakub Amadeusz Skorupa – koordynator główny projektu „Szpik Misja” z ramienia Urzędu Miejskiego w Elblągu

Patroni:

LIGA ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU
PROGRAM FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

PATRONAT HONOROWY
MICHAŁ MISSAN
PREZYDENT ELBLĄGA

SPIS TREŚCI:

1. Podsumowanie Menedżerskie

1.1. Cel, zakres i skala projektu „Szpik Misja”

1.2. Kluczowe wskaźniki efektywności *(KPI)*

2. Wyniki Rejestracji i Analiza Operacyjna

2.1. Ogólne wyniki akcji *(207 nowych potencjalnych dawców)*

2.2. Ranking placówek szkolnych *(Złoto, Srebro, Brąz za wymazy i frekwencje)*

2.3. Analiza dyskwalifikacji medycznych *(Niezrealizowany potencjał)*

3. Działania Edukacyjne i Frekwencja

3.1. Zestawienie prelekcji i ranking frekwencji *(Ok. 1150 uczestników)*

3.2. Baza wiedzy na przyszłe edycje *(Najczęściej zadawane pytania przez młodzież)*

4. Analiza Statystyczna, Wskaźniki Efektywności i Korelacje

4.1. Wskaźnik Gotowości *(Willingness Rate)* i bazowa konwersja

4.2. Potencjał odroczony i skorygowany wskaźnik konwersji *(Wpływ bariery wiekowej)*

4.3. Optymalizacja czasu: Prelekcje skomasowane vs. rozproszone

4.4. Efektywność zasobów ludzkich *(ROI Wolontariatu na stanowiskach)*

4.5. Korelacja operacyjna: Demografia wolontariuszy a target fundacji DKMS

5. Zespół Projektowy i Struktura Wolontariatu

5.1. Zarządzanie strukturą zespołu *(Koordynatorzy Główni i Lokalni)*

5.2. Analiza demograficzna i profil wolontariuszy w szkołach *(Podział na płeć i wiek)*

6. Wskaźniki Zrównoważonego Rozwoju *(ESG)* i Wpływ Społeczny

6.1. **E *(Environmental)*** – Strategia Zero Waste, redukcja poligrafii i śladu węglowego

6.2. **S *(Social)*** – Kapitał społeczny, edukacja i aktywizacja obywatelska młodzieży

6.3. **G *(Governance)*** – Przestrzeganie procedur *(RODO, standardy medyczne*) i partnerstwo międzysektorowe

7. Komunikacja, PR i Wsparcie Instytucjonalne

7.1. Patronat Honorowy i wizyta Prezydenta Elbląga podczas Finału

7.2. Zasięgi organiczne w mediach społecznościowych *(Instagram, Facebook)*

7.3. Obecność w mediach tradycyjnych *(portale, stacje radiowe)* i Szacunkowy Zasięg Całkowity *(Estimated Gross Reach)*

8. Rekomendacja Strategiczna dla Fundacji DKMS

8.1. Propozycja standaryzacji: Elbląska „Szpik Misja" jako gotowy projekt ogólnopolski

8.2. Korzyści logistyczne i wizerunkowe z modelu opartego na współpracy z samorządami

9. Podsumowanie i Wnioski Końcowe

10. Załączniki

10.1. Wykaz publikacji medialnych, artykułów i audycji radiowych

11. Fotorelacja

1. Podsumowanie Menedżerskie:

Raport, który trzymają Państwo w rękach, stanowi kompleksowe podsumowanie miejskiej akcji **„Szpik Misja – Elbląska akcja #KOMÓRKOMANIA**". Dokument ten nie tylko przedstawia twarde dane liczbowe, ale również analizuje mechanizmy, które sprawiły, że elbląska edycja stała się jednym z najskuteczniejszych tego typu projektów w regionie.

1.1. Cel, zakres i skala projektu „Szpik Misja":

Głównym celem projektu, realizowanego w dniach **16–20 marca 2026** r., było poszerzenie bazy potencjalnych dawców szpiku Fundacji DKMS oraz edukacja z zakresu dawstwa szpiku. Postanowiliśmy jednak odejść od tradycyjnego modelu, w którym wolontariusze jedynie stoją na szkolnych korytarzach z ulotkami. Zamiast tego, przyjęliśmy nowoczesne podejście oparte na edukacji rówieśniczej i natychmiastowym działaniu.

Zależało nam na tym, aby każda decyzja o rejestracji była w **100%** świadoma. Dlatego proces pobierania wymazów za każdym razem poprzedzaliśmy bezpośrednimi prelekcjami edukacyjnymi, podczas których obalaliśmy mity narosłe wokół oddawania szpiku (m.in. powszechny mit o bolesnym pobieraniu z rdzenia kręgowego).

Skala przedsięwzięcia: Akcja swoim zasięgiem objęła **8** elbląskich szkół ponadpodstawowych: Zespół Szkół Mechanicznych w Elblągu **(ZSM)**, I Liceum Ogólnokształcące im. Juliusza Słowackiego **(ILO)**, II Liceum Ogólnokształcące z Oddziałami Dwujęzycznymi im. Kazimierza Jagiellończyka **(IILO)**, III Liceum Ogólnokształcące im. Jana Pawła II w Elblągu **(IIILO)**, Zespół Szkół Technicznych w Elblągu **(ZST)**, Zespół Szkół Techniczno-Informatycznych w Elblągu **(ZST-I)**, Zespół Szkół Inżynierii Środowiska i Usług im. Mikołaja Kopernika w Elblągu **(ZSISiU)** oraz Zespół Państwowych Szkół Muzycznych im. K. Wiłkomirskiego w Elblągu **(ZPSM).**

Projekt zwieńczył otwarty finał w ZSM, na który zaprosiliśmy nie tylko młodzież, ale wszystkich mieszkańców Elbląga. Skala tej inicjatywy oraz zaangażowanie prawie **80 wolontariuszy** sprawiły, że *„Szpik Misja"* przestała być jedynie zbiórką szkolną, a stała się pełnoprawnym wydarzeniem miejskim, dumnie reprezentującym Elbląg na mapie działań społecznych w Polsce.

1.2. Kluczowe wskaźniki efektywności (KPI):

Liczby zebrane podczas tych **5 dni** najlepiej obrazują skuteczność przyjętej przez nas strategii. Dla Fundacji DKMS, władz miasta oraz partnerów projektu, najważniejsze są następujące, dane:

- **207 nowych potencjalnych dawców** – dokładnie tyle pełnoletnich, w pełni uświadomionych osób oddało wymaz i dołączyło do bazy Fundacji DKMS. Stanowi to wykorzystanie przygotowanej puli 1000 pakietów na poziomie niemal **21%.** Warto podkreślić: to nie są tylko statystyki, to 207 realnych szans na uratowanie ludzkiego życia.
- **Około 1150 wyedukowanych osób** – do tylu uczniów dotarliśmy z bezpośrednim przekazem podczas spotkań w aulach i na salach gimnastycznych. Nawet ci, którzy z

różnych powodów nie mogli się zarejestrować, wynieśli ze szkoły rzetelną wiedzę medyczną.
- **17 przeprowadzonych prelekcji** – to ogromny wysiłek edukacyjny zrealizowany w zaledwie 5 dni roboczych.
- **34,5 godziny pracy punktów rejestracyjnych** – tyle łącznie godzin funkcjonowały stoiska w elbląskich szkołach. Dzięki świetnej optymalizacji, ruch na stoiskach był płynny i nie generował zniechęcających kolejek.
- **77 zaangażowanych osób** – to wielkość naszego sztabu operacyjnego. Złożyło się na niego **77** wolontariuszy (obsługujących stanowiska z czego **8** wolontariuszy to szkolni koordynatorzy lokalni, a dwóch to koordynatorzy główni zarządzający projektem).

Podsumowując: elbląski projekt udowodnił, że młodzież chętnie angażuje się w pomoc i podejmuje odpowiedzialne, dorosłe decyzje, jeśli tylko dostarczy się jej odpowiednią wiedzę w przystępny sposób.



2. Wyniki Rejestracji i Analiza Operacyjna:

Czas spojrzeć na twarde liczby i to, jak nasza akcja wyglądała „w terenie". Ten rozdział to serce całego raportu. Pokazuje, ile osób faktycznie przekuło zdobytą na prelekcjach wiedzę w konkretny czyn – wypełnienie formularza i oddanie wymazu z policzka.

2.1. Ogólne wyniki akcji i wskaźnik wykorzystania pakietów:

Na start akcji otrzymaliśmy od Fundacji DKMS potężne zaplecze logistyczne: równe **1000 pakietów rejestracyjnych**. Mieliśmy pięć dni, aby mądrze je wykorzystać.

Wynik?

W ciągu całego tygodnia zebraliśmy **dokładnie 207 prawidłowo wypełnionych pakietów**. Oznacza to, że wykorzystaliśmy niemal **21%** z ogromnej, przygotowanej puli. W realiach medycznych akcji społecznych, gdzie od uczestnika wymaga się pełnoletności i podjęcia bardzo odpowiedzialnej decyzji na całe życie, zebranie ponad dwustu wymazów w szkołach w jednym mieście to absolutny sukces.

Kto się rejestrował?

Zdecydowaną większość stanowili **pełnoletni uczniowie** elbląskich szkół. Co jednak bardzo nas cieszy, akcja odbiła się tak szerokim echem, że do stanowisk podchodzili również **nauczyciele, pracownicy administracji szkolnej**, a podczas piątkowego, otwartego finału w Zespole Szkół Mechanicznych – także **zwykli mieszkańcy Elbląga**.

2.2. Ranking placówek szkolnych (Złoto, Srebro, Brąz):

Oto oficjalne podium elbląskiej „Szpik Misji":

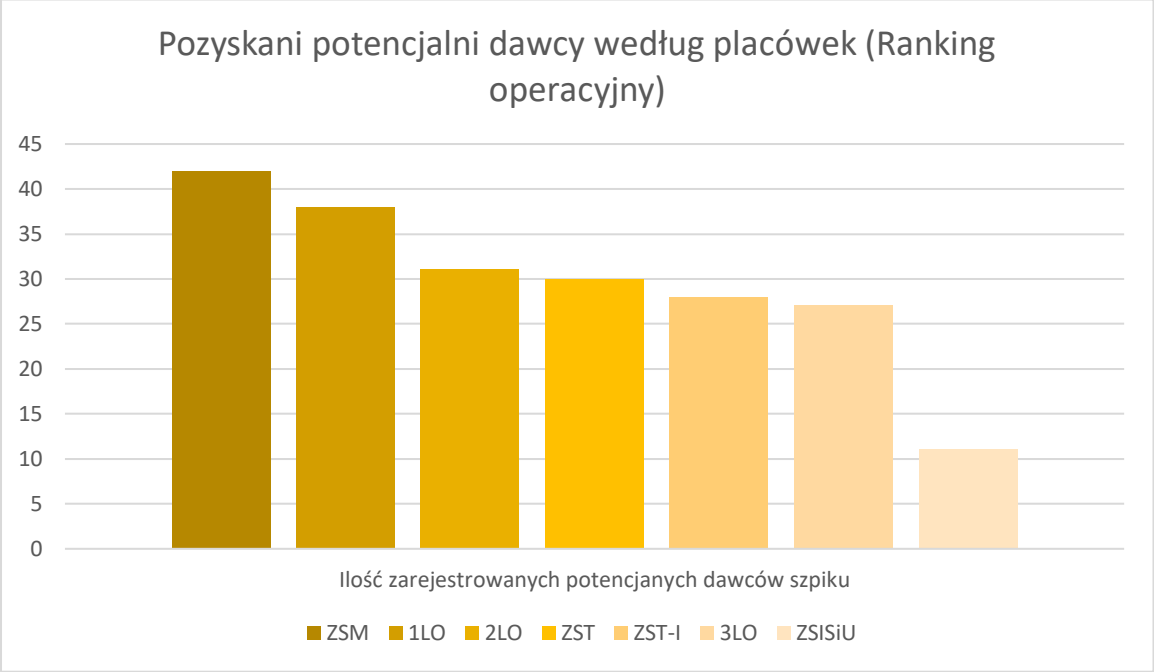
- 🥇 **Złoto: Zespół Szkół Mechanicznych (ZSM) – 42 zarejestrowanych dawców.** Gospodarz finału nie zawiódł. Punkt w ZSM działał najdłużej (*aż 10 godzin)* i dzięki temu szkoła rzutem na taśmę zdobyła pierwsze miejsce. To ogromna zasługa zaangażowanego, **9-osobowego zespołu męskiego**, który świetnie radził sobie z ruchem.

- 🥈 **Srebro: I Liceum Ogólnokształcące (1LO) – 38 zarejestrowanych dawców.** I LO zasługuje na statuetkę za niesamowite tempo! Wolontariusze zebrali aż **38 wymazów w zaledwie 2,5 godziny** pracy swojego punktu. To absolutny rekord wydajności całej akcji *(rejestrowali średnio jedną osobę co 4 minuty!).*

- 🥉 **Brąz: II Liceum Ogólnokształcące (2LO) – 31 zarejestrowanych dawców.** W 2LO stanowisko działało zaledwie **3,5 godziny**, a mimo to szkoła pewnie zajęła trzecie miejsce, pokazując wysoką mobilizację młodzieży.

Pełne zestawienie operacyjne szkół prezentuje się następująco:

Miejsce	Placówka	Czas pracy punktu	Liczba zebranych wymazów
1.	**ZSM** (Finał otwarty)	10,0 godz.	**42**
2.	**1LO**	2,5 godz.	**38**
3.	**2LO**	3,5 godz.	**31**
4.	**ZST**	5,0 godz.	**30**
5.	**ZST-I**	3,5 godz.	**28**
6.	**3LO**	6,5 godz.	**27**
7.	**ZSISiU**	2,0 godz.	**11**
-	**Szkoła Muzyczna**	1,5 godz.	*Tylko akcja edukacyjna (0)*
	SUMA:	**34,5 godziny**	**207 wymazów**



2.3. Analiza dyskwalifikacji medycznych (Niezrealizowany potencjał):

W tym raporcie nie możemy pominąć grupy bardzo ważnych osób – tych, które chciały dołączyć do bazy DKMS, ale niestety nie mogły tego zrobić.

Fundacja DKMS ma niezwykle rygorystyczne wytyczne medyczne. Bezpieczeństwo dawcy i biorcy (pacjenta chorego na nowotwór krwi) jest absolutnym priorytetem, dlatego długa lista chorób, przyjmowanych leków może całkowicie wykluczyć kogoś z możliwości rejestracji.

Podczas naszych działań w szkołach, wolontariusze przeprowadzili wywiad medyczny z każdą chętną osobą. Szacujemy, że **około 20 osób zostało zdyskwalifikowanych ze względów zdrowotnych**. Byli to uczniowie, którzy podeszli do stanowiska w pełni

zdecydowani, gotowi oddać wymaz, ale po dokładnej analizie listy schorzeń okazało się, że procedury im na to nie pozwalają.

Dlaczego to takie ważne w kontekście raportu?

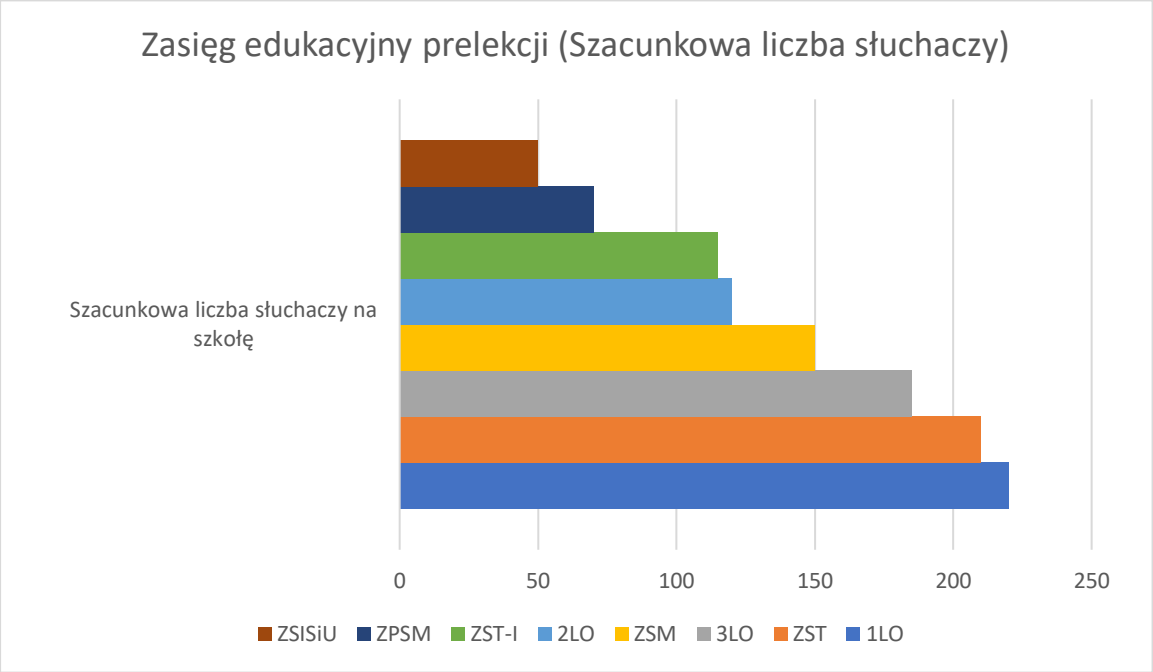
Po pierwsze: pokazuje to, że **prawdziwa chęć pomocy była jeszcze większa**, niż wskazują na to twarde liczby. Realna liczba osób gotowych oddać szpik wynosiła tak naprawdę 227 (207 zarejestrowanych + 20 zdyskwalifikowanych). Po drugie: to najlepszy dowód na to, że **nasi wolontariusze wykonali swoją pracę wzorowo**. Nie zależało im na „nabijaniu pustych statystyk" i ślepym rozdawaniu pakietów. Zamiast tego, skrupulatnie pilnowali bezpieczeństwa medycznego, wykazując się profesjonalizmem i dużą odpowiedzialnością.

3. Działania Edukacyjne i Frekwencja:

Samo postawienie stanowisk z pakietami rejestracyjnymi to za mało, by przekonać młodzież do tak ważnej decyzji, jaką jest oddanie szpiku. Sukces elbląskiej „Szpik Misji" opierał się na prostej zasadzie: najpierw wiedza, potem świadoma decyzja. Dlatego fundamentem naszej akcji były bezpośrednie spotkania z uczniami.

3.1. Zestawienie prelekcji i ranking frekwencji:

Przez 5 dni trwania akcji przeprowadziliśmy łącznie **17 prelekcji edukacyjnych**, w których wzięło udział szacunkowo aż **1150 osób**. Zbieraliśmy uczniów w szkolnych aulach, na salach gimnastycznych i w większych salach lekcyjnych, aby „twarzą w twarz" opowiedzieć im, czym naprawdę jest dawstwo komórek macierzystych.



Do kogo dokładnie mówiliśmy? W naszych spotkaniach edukacyjnych uczestniczyli docelowo uczniowie najstarszych roczników: **klas 3, 4 oraz 5 szkół ponadpodstawowych**. Należy tu zaznaczyć bardzo ważny fakt: ze względu na rygorystyczne procedury medyczne Fundacji DKMS, bezwzględnym wymogiem do oddania wymazu jest ukończenie 18. roku życia. **Oznaczało to, że znaczna część naszej widowni (szacunkowo około 1/3 słuchaczy, głównie z klas trzecich i młodszych czwartych) z góry wiedziała, że barierą jest ich wiek i nie będą mogli się jeszcze zarejestrować.** Mimo to słuchali z ogromnym zaangażowaniem. Ich obecność na prelekcjach to nasza świadoma inwestycja w edukację – obaliliśmy ich strach i zbudowaliśmy wiedzę, która zaprocentuje, gdy tylko osiągną pełnoletność.

Skala tego przedsięwzięcia jest ogromna – dotarcie do ponad tysiąca młodych ludzi z tak ważnym przekazem profilaktycznym to wynik, którym Elbląg może się chwalić na arenie ogólnopolskiej.

Podobnie jak w przypadku rejestracji wymazów, postanowiliśmy wyróżnić szkoły, które wykazały się największym zaangażowaniem w organizację widowni.

Oto oficjalne podium frekwencji na prelekcjach:

- 🥇 **Złoto: I Liceum Ogólnokształcące (1LO) – około 220 uczestników.** I LO zgarnęło złoto dzięki doskonałej organizacji. Udało się zebrać gigantyczną publiczność podczas zaledwie **2 prelekcji**. To właśnie ta potężna frekwencja przełożyła się później na ich niesamowite tempo rejestracji wymazów.

- 🥈 **Srebro: Zespół Szkół Technicznych (ZST) – około 210 uczestników.** Srebro wędruje do ZST, które obrało inną, ale równie skuteczną taktykę. Zamiast ogromnych spędów, przeprowadziliśmy tam aż **5 mniejszych, bardziej kameralnych prelekcji** (podczas których wysłuchaliśmy autentycznych, niezwykle poruszających historii dawczyni oraz biorczyni szpiku), co pozwoliło na dotarcie do 210 uczniów w sposób bardzo bezpośredni.

- 🥉 **Brąz: III Liceum Ogólnokształcące (3LO) – około 185 uczestników.** Brązowy medal trafia do 3LO, gdzie podczas **3 świetnie zorganizowanych prelekcji** udało się zgromadzić blisko 190 zaciekawionych uczniów.

Jak wyglądała frekwencja w pozostałych placówkach?

- **ZSM (Finał): 150** uczestników (3 prelekcje)
- **2LO: 120** uczestników (1 prelekcja)
- **ZST-I: 115** uczestników (1 prelekcja)
- **Szkoła Muzyczna: 70** uczestników (1 prelekcja) *brak osób pełnoletnich
- **ZSISiU: 50** uczestników (1 prelekcja)

(Wniosek operacyjny: Jak widać, każda placówka podeszła do tematu indywidualnie, dostosowując logistykę spotkań do swoich możliwości lokalowych, co zaowocowało fantastycznym ogólnym wynikiem 1150 słuchaczy).

3.2. Baza wiedzy na przyszłe edycje (Najczęściej zadawane pytania):

Prelekcje to nie był suchy wykład. To był żywy dialog z młodzieżą. Zależało nam na tym, by uczniowie mogli rozwiać absolutnie wszystkie swoje wątpliwości. Byliśmy gotowi na najtrudniejsze pytania i to właśnie one pomogły nam uświadomić sobie, z jakimi mitami wciąż musimy walczyć.

Zgromadziliśmy najczęściej powtarzające się pytania od młodzieży. Stanowią one dla nas niezwykle cenną „bazę wiedzy", którą planujemy wykorzystać w materiałach informacyjnych podczas przyszłorocznych edycji. Największe obawy i wątpliwości dotyczyły czterech kwestii:

1. **Czy to boli?** (Zdecydowanie najczęstsze pytanie, wynikające z powszechnego mitu o bolesnym pobieraniu szpiku z kręgosłupa grubą igłą, który stanowczo obalaliśmy).
2. **Na czym dokładnie polega rejestracja?** (Uczniowie chcieli wiedzieć krok po kroku, co dzieje się po tym, jak przetrą patyczkiem wnętrze policzka i wrzucą kopertę do urny).
3. **Czy grupa krwi ma znaczenie?** (Wiele osób myliło dawstwo szpiku z tradycyjnym krwiodawstwem i obawiało się, że ich "pospolita" grupa krwi nie będzie przydatna).
4. **Czy z moją chorobą mogę być potencjalnym dawcą szpiku?** (Uczniowie dopytywali o konkretne schorzenia oraz leki, które na co dzień przyjmują).

Dzięki temu, że znaliśmy odpowiedzi na te pytania i jasno je komunikowaliśmy, młodzież mogła bez stresu podchodzić do naszych stanowisk, wiedząc, że rozmawiają z kompetentnymi osobami.

Aby nasze prelekcje nie przypominały standardowych, suchych lekcji, zastosowaliśmy potężny dowód społeczny. Podczas spotkań z uczniami odtwarzaliśmy specjalnie przygotowane nagranie wideo z wypowiedzią mojego kolegi, który w przeszłości został faktycznym dawcą szpiku. Młodzież mogła na własne oczy zobaczyć i usłyszeć młodego człowieka, który przeszedł przez całą procedurę i uratował komuś życie. Ten jeden element całkowicie zmieniał dynamikę spotkań. Kiedy uczniowie widzieli uśmiechniętego dawcę, który prostym językiem opowiadał o swoich doświadczeniach, sucha teoria zamieniała się w autentyczne, ludzkie emocje. To nagranie było naszym najskuteczniejszym narzędziem do obalania mitów i budowania zaufania.

4. Analiza Statystyczna, Wskaźniki Efektywności i Korelacje:

Zebrać liczby to jedno, ale wyciągnąć z nich sensowne wnioski – to zupełnie inna bajka. W tym rozdziale nie rzucamy już tylko suchymi statystykami. Zaglądamy pod maskę

naszego projektu, żeby sprawdzić, co zagrało najlepiej i dlaczego osiągnęliśmy tak fantastyczne wyniki.

4.1. Skorygowany wskaźnik konwersji (czyli wpływ bariery wiekowej):

Zacznijmy od absolutnie najważniejszego odkrycia tej akcji. W prelekcjach wzięło udział około 1150 uczniów. Ktoś mógłby pomyśleć: „Okej, wyedukowaliście ponad tysiąc osób, a wymaz oddało 207. To dobry wynik". Ale prawda jest znacznie, znacznie lepsza!

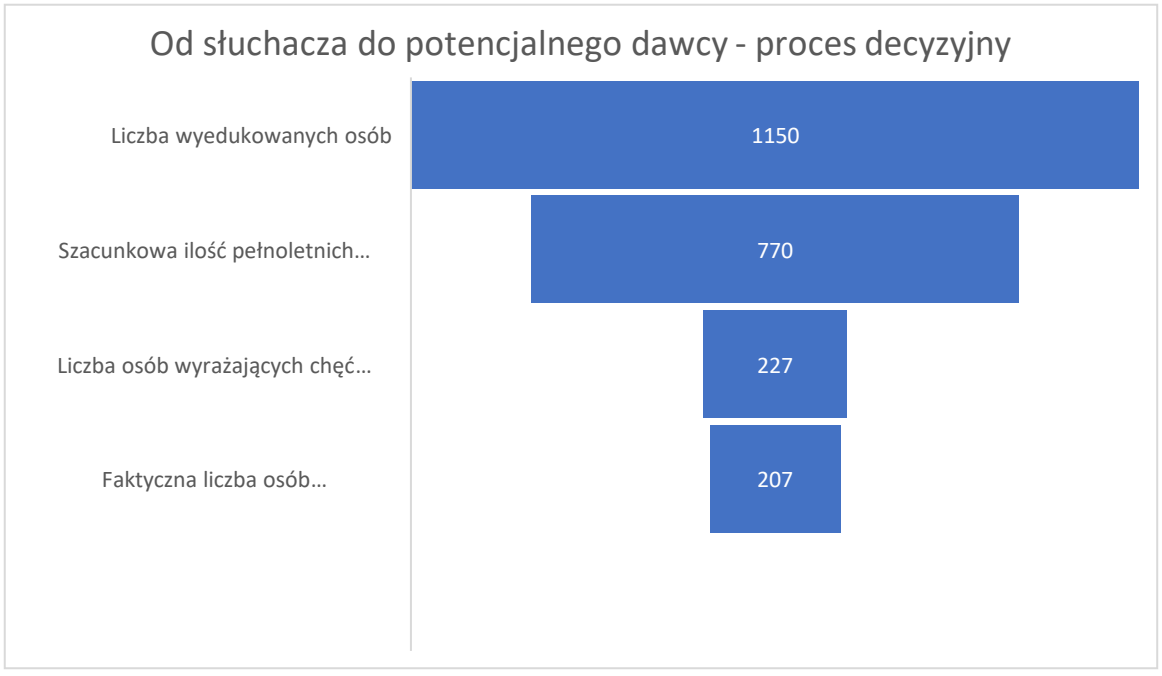
Musimy pamiętać o jednym kluczowym przepisie Fundacji DKMS: **dawca musi być pełnoletni**. Tymczasem w naszych szkolnych prelekcjach uczestniczyły klasy 3, 4 i 5. Szacujemy, że około 1/3 słuchaczy (czyli około 380 osób) była niepełnoletnia. Ci młodzi ludzie z zapartym tchem słuchali o ratowaniu życia, podchodzili do stanowisk, pytali, ale z przyczyn prawnych nie mogliśmy ich zarejestrować.

Oznacza to, że naszą realną bazą osób mogących oddać wymaz nie było 1150 uczniów, a **około 770 pełnoletnich osób**.

Jeśli teraz zestawimy te 770 osób z liczbą chętnych, która wyniosła 227 (207 zarejestrowanych wymazów + 20 osób zdyskwalifikowanych z powodu chorób), otrzymujemy **skorygowany wskaźnik konwersji na poziomie niemal 30%**.

Co to oznacza prostym językiem? Prawie co trzeci pełnoletni uczeń, który wysłuchał naszej prelekcji, podjął świadomą decyzję o dołączeniu do bazy potencjalnych dawców szpiku. To wynik, który w medycznych akcjach społecznych jest po prostu rewelacyjny!

4.1.1 Lejek konwersji uczestników akcji „Szpik Misja"



4.2. Potencjał odroczony (Nasza inwestycja na przyszłość):

Co z tymi 380 niepełnoletnimi uczniami, którzy nie mogli oddać wymazu? Absolutnie nie traktujemy ich jako "straconego czasu". Wręcz przeciwnie! Nazywamy to **potencjałem odroczonym**.

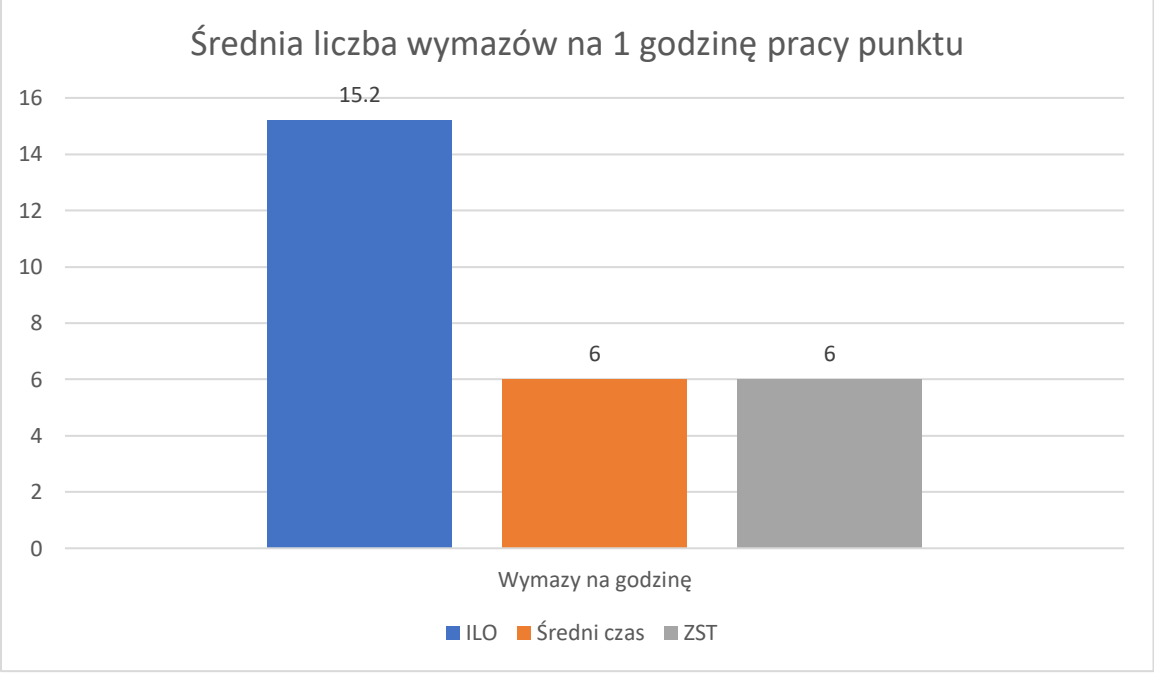
Ci młodzi ludzie zostali już przez nas uświadomieni. Nie wierzą już w mity o wielkiej igle i pobieraniu szpiku z kręgosłupa. Mają w głowie rzetelną wiedzę i... poczucie niedosytu, że jeszcze nie mogli pomóc. To zasiane ziarno. Zbudowaliśmy gotową bazę chętnych na kolejne lata.

4.3. Czas to pieniądz, czyli jak mądrze planować prelekcje:

Sprawdziliśmy, jak logistyka prelekcji wpływa na czas pracy wolontariuszy przy stoiskach rejestracyjnych. Wyszły nam dwie zupełnie różne, ale ciekawe strategie:

- **Strategia skomasowana (szybka akcja):** W I LO zebraliśmy aż 220 uczniów na zaledwie 2 dużych prelekcjach. Efekt? Tłum pełnoletnich, zmotywowanych uczniów od razu po spotkaniu ruszył do stanowisk. Zespół wolontariuszy w zaledwie **2,5 godziny** zebrał aż **38 wymazów**. Praca szła błyskawicznie – jeden wymaz co 4 minuty!
- **Strategia rozproszona (spokojny przepływ):** W ZST postawiliśmy na aż 5 mniejszych prelekcji. Zebraliśmy niemal tylu samo słuchaczy (210), ale ruch przy stoiskach był rozłożony w czasie. Wolontariusze musieli obsługiwać punkt przez **5 godzin**, aby zebrać 30 wymazów.

Wniosek na przyszłość? Obie metody działają, ale to robienie prelekcji dla dużych grup (jak w I LO) pozwala szybciej i efektywniej wykorzystać energię wolontariuszy, nie blokując ich na całe dnie na szkolnych korytarzach.



4.4. Efektywność zespołów i przyciągnięcie "grupy marzeń" DKMS:

Na koniec warto spojrzeć na strukturę naszych wolontariuszy, ponieważ to ona odegrała kluczową rolę w pozyskiwaniu konkretnej grupy dawców.

Fundacja DKMS nie ukrywa, że z medycznego punktu widzenia najbardziej pożądaną grupą potencjalnych dawców są młodzi mężczyźni (statystycznie to oni najczęściej oddają komórki macierzyste i rzadziej są dyskwalifikowani z późniejszych procedur medycznych). Zdobycie zaufania tej grupy to największe wyzwanie akcji edukacyjnych.

Nasza strategia opierała się na komunikacji "równi rówieśnikom". Skierowaliśmy silne siły do szkół technicznych i mechanicznych (ZSM, ZST-I), dbając o to, by liderami i wolontariuszami przy stanowiskach byli w dużej mierze mężczyźni.

- W Zespole Szkół Mechanicznych cała 9-osobowa ekipa składała się wyłącznie z mężczyzn. To oni zgarnęli pierwsze miejsce, rejestrując 42 osoby (każdy z chłopaków obsłużył średnio prawie 5 dawców!).
- W ZST-I na 9 wolontariuszy było aż 8 mężczyzn (zebrali świetne 28 wymazów).

Z psychologicznego punktu widzenia, gdy młody uczeń szkoły technicznej widzi za stanowiskiem medycznym swojego kolegę z klasy, bariera wstydu i strachu od razu znika. Rejestracja przestaje być czymś krępującym. Dzięki takiej strukturze wolontariatu (męski wolontariusz obsługujący męskiego potencjalnego dawcę) skutecznie przełamaliśmy lody i uderzyliśmy dokładnie w tę grupę demograficzną, na której Fundacji DKMS zależy najbardziej.

5. Zespół Projektowy i Struktura Wolontariatu:

Nawet najlepszy plan i najgłośniejsza kampania promocyjna na nic się zdadzą, jeśli w kluczowym momencie zabraknie rąk do pracy. Elbląska „Szpik Misja” to logistyczny gigant, którego nie dałoby się obsłużyć w pojedynkę. Za każdym z 207 zebranych wymazów stoją konkretni ludzie. W tym rozdziale chcemy pokazać, jak zbudowaliśmy i zarządzaliśmy naszym zespołem.

5.1. Zarządzanie strukturą, czyli nasza „armia” w terenie:

Skala akcji wymagała bardzo dobrej organizacji. Zbudowaliśmy zespół liczący łącznie **77 osób**. Żeby nad tak dużą grupą zapanować i uniknąć chaosu, wprowadziliśmy bardzo jasną, trzystopniową strukturę zarządzania:

1. **Koordynatorzy Główni (2 osoby):** Na samym szczycie znajdowało się dwóch głównych dowodzących (Jakub Skorupa i Jan Banach). Naszym zadaniem było spinanie całości, kontakt z mediami, Urzędem Miejskim, Fundacją DKMS oraz prowadzenie prelekcji.

2. **Koordynatorzy Szkolni (8 osób):** Zamiast zarządzać każdym wolontariuszem z osobna, wyznaczyliśmy w szkołach lokalnych liderów (Jan Banach (ZSM), Daria Tomasik (ILO), Szymon Rudzik (ZST-I), Aneta Bachurska (ZSISiU), Alina Smoleńska (IILO), Ewa Piwcewicz (IIILO), Ewa Kawałkowska (ZST), Aleksandra Szerszeń (ZPSM)). To oni najlepiej znali rozkład dzwonków, układy z dyrekcją i to oni rządzili na swoich stanowiskach. Dzięki temu zarządzanie projektem było płynne i zdecentralizowane.

3. **Wolontariusze Operacyjni (reszta osób):** Ekipa pracująca bezpośrednio przy obsłudze stoisk rejestracyjnych i kontroli końcowej.

Dzięki takiemu podziałowi ról, w każdym momencie trwania akcji wiedzieliśmy, kto za co odpowiada.

5.2. Kim byli nasi wolontariusze? (Analiza demograficzna):

Kiedy popatrzymy na statystyki ogólnopolskich akcji charytatywnych, wolontariat jest w ogromnej mierze zdominowany przez kobiety. U nas było inaczej – zbudowaliśmy zespół niezwykle zróżnicowany, co miało ogromny wpływ na końcowy sukces.

Nasz **77-osobowy zespół** składał się z **46 kobiet (ok. 60%) oraz 31 mężczyzn (ok. 40%)**.

Dlaczego udział aż 31 mężczyzn w strukturach organizacyjnych to taki powód do dumy? Jak wspominaliśmy w poprzednim rozdziale, młodzi mężczyźni to dla DKMS dawcy na wagę złota. Zaangażowanie tak licznej grupy chłopaków (szczególnie w ZSM i ZST-I, gdzie stanowili niemal 100% kadry stoiska) sprawiło, że akcja zyskała w oczach rówieśników. Zbudowaliśmy świetny, zbalansowany zespół, który potrafił dotrzeć do każdego ucznia, niezależnie od płci.

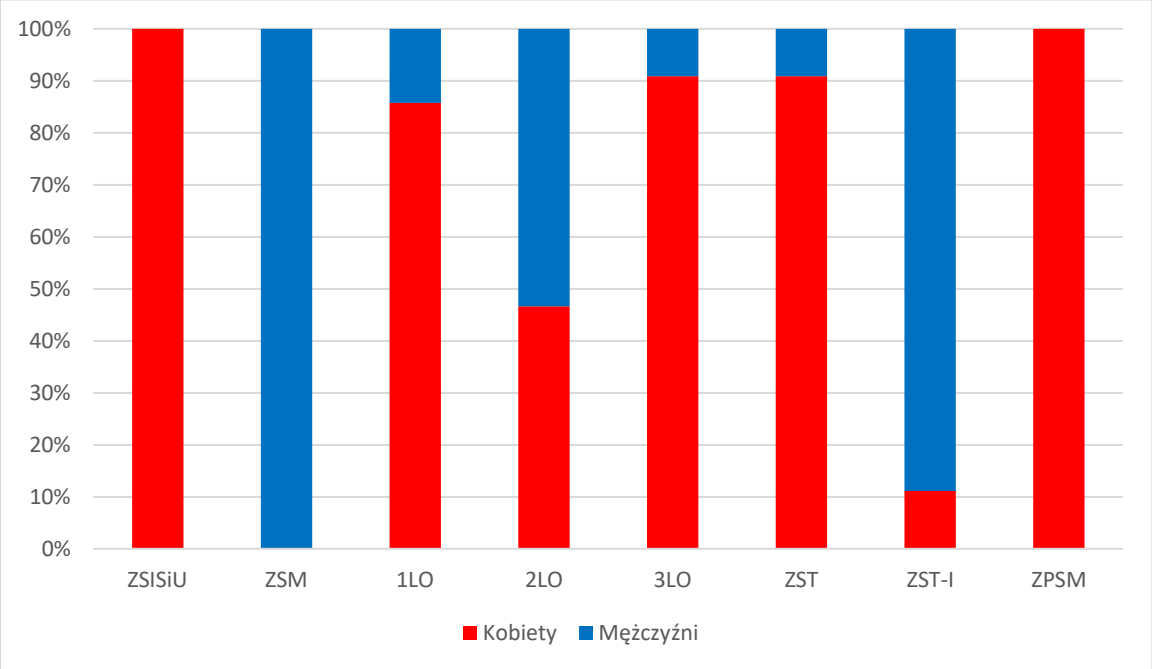
Wiek wolontariuszy: Młodość i niezwykła dojrzałość:

Analizując strukturę naszego zespołu, nie sposób pominąć kwestii wieku. **Praktycznie cały 77-osobowy sztab operacyjny składał się z aktywnych uczniów szkół ponadpodstawowych.** Co więcej, w naszych szeregach znalazły się również osoby niepełnoletnie (które oczywiście posiadały oficjalne zgody rodziców lub opiekunów prawnych na udział w wolontariacie).

Niezwykle wymowny jest również fakt, że **połowa naszych Koordynatorów Szkolnych** – czyli lokalnych liderów, na których spoczywał ciężar zarządzania całą akcją w danej placówce – **miała niespełna 20 lat**. Powierzenie tak ogromnej odpowiedzialności organizacyjnej, a także dostępu do wrażliwej dokumentacji medycznej, tak młodym ludziom mogło wydawać się ryzykowne. Nasz zespół udowodnił jednak, że metryka nie ma znaczenia. Młodzież wykazała się nieprawdopodobną dojrzałością, rygorystycznym przestrzeganiem procedur i pełnym profesjonalizmem.

Oto dokładne rozbicie naszych zespołów w poszczególnych szkołach:

- **1LO:** 14 osób (12 kobiet, 2 mężczyzn)
- **2LO:** 15 osób (7 kobiet, 8 mężczyzn)
- **3LO:** 11 osób (10 kobiet, 1 mężczyzna)
- **ZST:** 11 osób (10 kobiet, 1 mężczyzna)
- **ZST-I:** 9 osób (1 kobieta, 8 mężczyzn)
- **ZSM (Finał):** 9 osób (sami mężczyźni)
- **ZSISiU:** 5 osób (same kobiety)
- **Szkoła Muzyczna:** 1 osoba (kobieta)
- **Sztab główny:** 2 osoby (2 mężczyzn)



5.3. Odpowiedzialność i kompetencje (Więcej niż tylko rozdawanie ulotek):

W tym miejscu musimy stanowczo podkreślić jedną rzecz: nasi wolontariusze nie byli tylko „osobami do trzymania plakatów". Powierzyliśmy im niezwykle odpowiedzialne zadania, wymagające dużych kompetencji.

Każdy z nich przeszedł odpowiednie szkolenie. Musieli radzić sobie z trudnymi pytaniami od uczniów. Co więcej, to na ich barkach spoczywała weryfikacja danych wrażliwych. Formularze DKMS to **dokumentacja medyczna**, zawierająca dane osobowe, numery PESEL i informacje o stanie zdrowia. Nasi wolontariusze musieli pilnować procedur RODO, dbać o to, by nikt postronny nie miał wglądu w dokumenty, a same wymazy (czyli pałeczki z DNA) były odpowiednio zabezpieczone w kopertach i urnach.

Ich praca wymagała empatii, ogromnego skupienia i precyzji. Przez te 5 dni elbląska młodzież udowodniła, że można jej powierzyć najbardziej odpowiedzialne zadania, a ona wywiąże się z nich wzorowo. To najlepsze świadectwo tego, jak ogromny kapitał społeczny drzemie w młodych mieszkańcach naszego miasta.

6. Wskaźniki Zrównoważonego Rozwoju (ESG) i Wpływ Społeczny:



Zazwyczaj raporty z akcji szkolnych kończą się na podaniu liczby zebranych pieniędzy lub – jak w naszym przypadku – wymazów. My jednak postanowiliśmy spojrzeć na elbląską „Szpik Misję" znacznie szerzej. Chcieliśmy, aby nasz projekt od samego początku wpisywał się w nowoczesne standardy zarządzania, opisywane skrótem **ESG (Środowisko, Społeczeństwo, Ład organizacyjny)**.

Dzięki współpracy z **Forum Odpowiedzialnego Biznesu** udowadniamy, że działania zrównoważone to nie jest wymysł wielkich korporacji, ale coś, co z powodzeniem można wdrożyć na poziomie młodzieżowego projektu miejskiego.

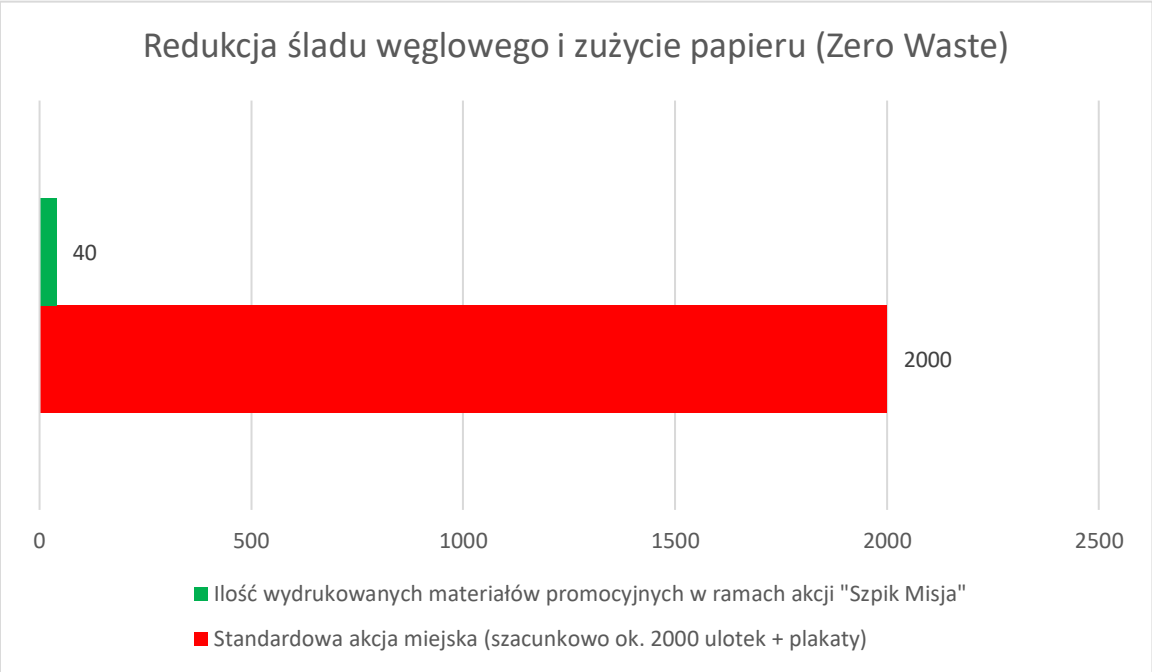
6.1. „E" jak Ekologia (Environmental) – Pomaganie bez śmiecenia (Zero Waste):

Może się wydawać, że akcja medyczna nie ma nic wspólnego z ekologią. Nic bardziej mylnego! Zazwyczaj przy tego typu projektach organizatorzy drukują tysiące ulotek, które ostatecznie i tak lądują w koszach na śmieci na szkolnych korytarzach. My z tego zrezygnowaliśmy.

- **Digital First i świadoma rezygnacja z ulotek:** Wyprodukowaliśmy na potrzeby akcji równe **0 sztuk ulotek**. Zamiast produkować bezsensowne śmieci, ciężar komunikacji przenieśliśmy w całości na relacje ludzkie (bezpośrednie prelekcje) oraz kanały cyfrowe (media społecznościowe nasze i szkół).

- **Minimalizm w terenie:** Ograniczyliśmy druk do absolutnego, niezbędnego minimum – we wszystkich 8 placówkach, urzędzie miejskim i w klubie Młodzieżowym Niebieskie Trampki Elblg zawisło łącznie tylko około 40 plakatów (średnio 5 na szkołę), które pełniły funkcję drogowskazów do stanowisk.

Dzięki takiemu podejściu drastycznie zminimalizowaliśmy ślad węglowy naszej akcji i pokazaliśmy, że można zrobić gigantyczny zasięg (1150 słuchaczy i tysiące w internecie) bez marnowania papieru.



6.2. „S" jak Społeczeństwo (Social) – Nasza inwestycja w ludzi:

Ta kategoria to absolutne serce naszego projektu. Nasz wpływ społeczny nie kończy się na 207 zarejestrowanych dawcach. Zrobiliśmy dla lokalnej społeczności znacznie więcej:

- **Edukacja i walka z wykluczeniem zdrowotnym:** Dotarliśmy z profesjonalną, rzetelną wiedzą medyczną do ponad 1150 osób. Obaliliśmy mity, które narastały przez lata (np. mit o bolesnym pobieraniu szpiku z kręgosłupa). Dzięki temu elbląska młodzież wchodzi w dorosłość z dużo większą świadomością profilaktyki zdrowotnej.
- **Aktywizacja obywatelska i kapitał ludzki:** Zbudowaliśmy 77-osobowy zespół wolontariuszy, dając im możliwość zdobycia pierwszych, poważnych doświadczeń organizacyjnych. Nasi wolontariusze uczyli się trudnej sztuki komunikacji, pracy w zespole pod presją czasu oraz radzenia sobie z obiekcjami rówieśników. To są tzw. kompetencje przyszłości (soft skills), które zaprocentują na ich rynku pracy.
- **Różnorodność (Diversity & Inclusion):** Przełamaliśmy powszechny stereotyp, że w wolontariacie udzielają się głównie dziewczyny. Fakt, że w naszym zespole aż 40% stanowili młodzi mężczyźni, pokazuje, że stworzyliśmy w szkołach otwarte, inkluzywne środowisko, w którym każdy, niezależnie od płci, czuł się zmotywowany do działania na rzecz innych.

6.3. „G" jak Ład Organizacyjny (Governance) – Pełen profesjonalizm:

Ostatnia litera w skrócie ESG dotyczy tego, jak projekt jest zarządzany. Powierzenie grupie młodzieży przeprowadzania akcji medycznej mogło budzić obawy, ale my od pierwszego dnia narzuciliśmy sobie żelazne, profesjonalne standardy pracy.

- **Bezpieczeństwo danych wrażliwych (RODO na 100%):** Formularz rejestracyjny DKMS to nie jest zwykła ankieta. Znajdują się na nim numery PESEL, dokładne adresy (czyli tzw. dane wrażliwe). Nasi koordynatorzy i wolontariusze zostali przeszkoleni z rygorystycznego przestrzegania procedur RODO. Nikt postronny nie miał wglądu w wypełniane dokumenty.
- **Partnerstwo międzysektorowe na najwyższym poziomie:** Nasza akcja to książkowy przykład realizacji Celu 17. Zrównoważonego Rozwoju ONZ, czyli "Partnerstwa na rzecz celów". Udowodniliśmy, że potrafimy zjednoczyć przy jednym stole bardzo **różne światy:**



Takie zarządzanie projektem udowadnia, że młodzieżowa inicjatywa oddolna może działać jak dobrze naoliwiona, nowoczesna organizacja, dbająca o ludzi, środowisko i bezpieczeństwo procedur.

7. Komunikacja, PR i Wsparcie Instytucjonalne:

Dobra akcja charytatywna potrzebuje rozgłosu, żeby mogła realnie zmieniać świat. Od samego początku wiedzieliśmy, że jeśli zamkniemy się tylko w murach szkół, stracimy ogromny potencjał. Dlatego elbląska „Szpik Misja" została zaplanowana jako pełnoprawna kampania społeczna i wydarzenie miejskie. Efekty przerosły nasze najśmielsze oczekiwania – staliśmy się jednym z najważniejszych tematów tygodnia w regionie.

7.1. Patronat Honorowy i wizyta Prezydenta Elbląga dr Michała Missana:

Zorganizowanie akcji w 8 szkołach to ogromny wysiłek, ale nadanie jej odpowiedniej rangi wymagało wsparcia z zewnątrz. Udało nam się pozyskać wsparcie instytucjonalne na najwyższym szczeblu lokalnym – Patronat Honorowy Prezydenta Miasta Elbląga.

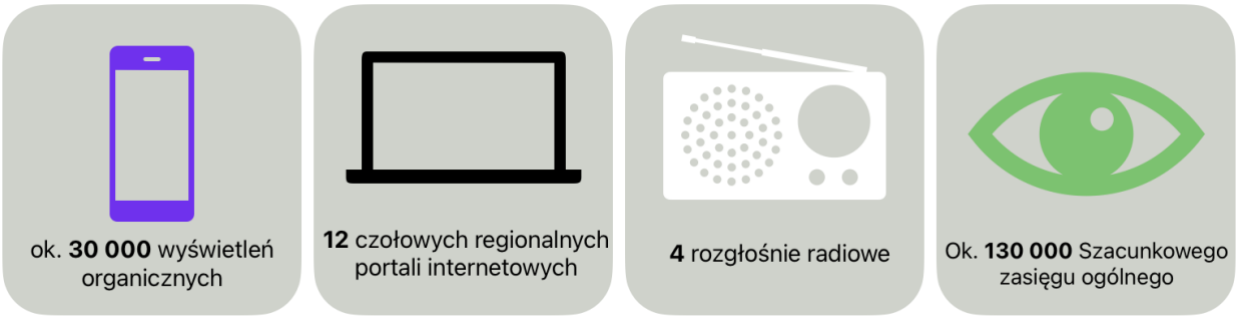


Co to oznaczało w praktyce? Obecność Prezydenta podczas wielkiego, otwartego finału w Zespole Szkół Mechanicznych była dla nas i dla wszystkich wolontariuszy sygnałem, że miasto traktuje nas poważnie.

Dla władz miasta była to z kolei doskonała okazja, by pokazać, że wspierają oddolne inicjatywy młodych ludzi. Zbudowaliśmy tzw. *social proof* (dowód społeczny) – udowodniliśmy, że nie jesteśmy tylko grupką młodych ludzi, ale zorganizowanym sztabem, z którym samorząd chce i lubi współpracować.

7.2. Zasięgi w social mediach (Budżet reklamowy: 0 PLN):

Postawiliśmy na komunikację cyfrową i osiągnęliśmy coś, za co agencje reklamowe każą sobie słono płacić. Nasz budżet na reklamy wynosił okrągłe zero złotych, a mimo to wykręciliśmy widoczne zasięgi.



Twarde dane z naszych dwóch głównych kanałów:

- **16 000 wyświetleń** – tyle osób obejrzało oficjalną relację wideo (rolkę) udostępnioną na oficjalnym profilu Facebook Miasta Elbląg.

- **13 000 wyświetleń** – taki wynik wygenerowały relacje i posty na głównym profilu koordynatora akcji (Instagram).

To łącznie **29 000 potwierdzonych wyświetleń** tylko z dwóch źródeł! Do tego trzeba doliczyć posty, które pojawiały się na oficjalnych fanpage'ach wszystkich 8 zaangażowanych placówek oświatowych oraz na profilu samego Prezydenta Miasta.

7.3. Media tradycyjne i szacunkowy zasięg całkowity (Rozbicie banku):

Social media to nasza domena, ale żeby dotrzeć do starszych mieszkańców Elbląga (którzy również mogli przyjść na nasz otwarty finał do ZSM), potrzebowaliśmy mediów tradycyjnych.

Informacja o elbląskiej „Szpik Misji" ukazała się na łamach aż **12 czołowych portali internetowych** w regionie (m.in.: *portEl.pl, info.elblag.pl, Elblag.net, Elblag24.pl, Razem z Tobą, Elblag Online, Fakty Elblag.pl, Tu Elbląg, Elblag.eu*).

Oprócz portali, staliśmy się gorącym tematem na falach radiowych. Mówiono o nas w serwisach informacyjnych i dedykowanych audycjach w aż **4 rozgłośniach**: Radio Eska (zasięg ogólnopolski/regionalny), Radio Olsztyn/Elbląg, Radio Gdańsk oraz Radio Żuławy.

Co to oznacza w języku PR-owców? Gdy weźmiemy pod uwagę twarde dane z social mediów oraz uśrednione wskaźniki odwiedzalności tych wszystkich portali i słuchalności stacji radiowych, otrzymujemy tak zwany *Szacunkowy Zasięg Całkowity* (Estimated Gross Reach).

Szacujemy, że informacje o naszej akcji dotarły do około **120 000 – 130 000 unikalnych odbiorców** w regionie.

Gdyby miasto lub Fundacja DKMS chciały wykupić w tych wszystkich mediach płatne artykuły sponsorowane i spoty radiowe, kosztowałoby to dziesiątki tysięcy złotych. My zrobiliśmy to całkowicie za darmo, bazując na świetnych relacjach z dziennikarzami i tym, że stworzyliśmy po prostu niezwykle wartościowy społecznie temat.



(Pełny wykaz linków do artykułów i audycji znajduje się w załączniku na samym końcu raportu).

8. Rekomendacja Strategiczna dla Fundacji DKMS:

Większość raportów z akcji charytatywnych kończy się w tym miejscu zwykłym podziękowaniem i uściskiem dłoni. My jednak uważamy, że liczby i doświadczenia, które zebraliśmy przez te kilka dni w Elblągu, są zbyt cenne, by schować je do szuflady.

Udało nam się wypracować model, który jest tani, niesamowicie skuteczny (**blisko 30% konwersji wśród pełnoletnich!),** ekologiczny i potężnie angażujący lokalną społeczność. Dlatego wychodzimy z oficjalną, śmiałą propozycją dla Zarządu Fundacji DKMS.

8.1. Propozycja standaryzacji: Elbląska „Szpik Misja" jako gotowy projekt ogólnopolski:

Nasza propozycja jest prosta: **zróbmy z tego standard ogólnopolski.**

Zamiast traktować elbląską „Szpik Misję" jako jednorazowy zryw w jednym mieście, proponujemy Fundacji DKMS potraktowanie naszego modelu jako tzw. *blueprintu* (gotowego szkicu, przepisu na sukces), który można skopiować i wdrożyć w każdym innym mieście w Polsce.

Fundacja DKMS nie musi wyważać otwartych drzwi. Przetestowaliśmy wszystko na żywym organizmie – od tego, jak rekrutować wolontariuszy, przez to, jak prowadzić prelekcje, aż po to, jak zorganizować wielki, otwarty finał dla mieszkańców.

Proponujemy Fundacji DKMS ścisłą współpracę przy współtworzeniu ogólnopolskiego „Pakietu Szpik Misji". Jako autorzy elbląskiej akcji, chętnie podzielimy się naszym sprawdzonym w terenie *know-how* i pomożemy opracować kompletny przewodnik (blueprint). Taki gotowy pakiet instrukcji, stworzony wspólnymi siłami przez praktyków i ekspertów Fundacji, DKMS będzie mogła następnie oficjalnie oferować Młodzieżowym Radom Miast, urzędom i lokalnym liderom w całej Polsce. Elbląg pokazał, że to działa. Jesteśmy gotowi pomóc w tym, by z tego przepisu z sukcesem skorzystały inne samorządy.

8.2. Dlaczego Fundacji DKMS opłaca się model oparty na współpracy z samorządami?

Z punktu widzenia dużej fundacji, elbląski model samorządowy rozwiązuje mnóstwo problemów logistycznych i wizerunkowych. Oto cztery główne korzyści, dla których Fundacja powinna zacząć skalować ten projekt na całą Polskę:

1. Magia herbu miasta, czyli otwarte drzwi do dyrektorów:

Zorganizowanie akcji w szkole często rozbija się o niechęć dyrekcji. Pismo od ucznia czy zwykłego wolontariusza łatwo zbyć. Ale kiedy akcja odbywa się pod oficjalnym Patronatem Honorowym Prezydenta Miasta i jest wpierana przez miejski samorząd, sytuacja zmienia się o 180 stopni. Projekt zyskuje rangę prestiżowego wydarzenia miejskiego. **Dyrektorzy szkół znacznie chętniej angażują swoje placówki**, **udostępniają aule i zwalniają uczniów z lekcji na prelekcje, gdy widzą, że za projektem stoją najwyższe władze miasta.**

2. Cięcie kosztów i ekologia (Zero Waste jako standard):

Udowodniliśmy, że można wygenerować szacunkowy zasięg na poziomie **130 000 odbiorców i wyedukować ponad 1000 uczniów bez drukowania ani jednej ulotki**. Opierając się na miejskiej infrastrukturze, mediach społecznościowych i darmowym PR-ze, Fundacja DKMS może pozyskiwać tysiące nowych dawców w całej Polsce przy ułamku kosztów, które normalnie musiałaby przeznaczyć na tradycyjny marketing i poligrafię. To nie tylko oszczędność, to wizerunek nowoczesnej, ekologicznej organizacji.

3. Grywalizacja, która napędza wyniki:

Chcemy zaproponować też system nagradzania w dwóch kategoriach (Złoto, Srebro, Brąz za wymazy i frekwencję na prelekcjach). Ta zdrowa rywalizacja może pozwolić, że młodzież sama nawzajem się mobilizuje. Przeniesienie tego prostego mechanizmu na poziom ogólnopolski sprawi, że szkoły w innych miastach będą prześcigać się w tym, kto zbierze więcej potencjalnych dawców, wcześniej oczywiście edukując i uświadamiając o całym procesie uczniów w trakcie prelekcji.

Podsumowując: Elbląska "Szpik Misja" to gotowy produkt. Samorządy w Polsce mają ogromny potencjał, budżety promocyjne i tysiące młodych ludzi gotowych do działania. Wystarczy dać im do ręki nasz sprawdzony scenariusz, by w krótkim czasie zwielokrotnić bazę dawców szpiku w całym kraju.

9. Podsumowanie i Wnioski Końcowe:

W listopadzie 2025 w naszych głowach narodził się pomysł zorganizowania w Elblągu akcji rejestracji dawców szpiku, wiedzieliśmy jedno: nie chcemy robić tego „po staremu". Nie chcieliśmy po prostu stać na korytarzach z ulotkami, licząc na to, że ktoś z litości podejdzie do stoiska. Zależało nam na stworzeniu prawdziwej, nowoczesnej kampanii społecznej, która połączy edukację z realnym działaniem.

Dziś, zamykając ten raport, z pełnym przekonaniem możemy powiedzieć: **udało się.** Nie tylko liczby, ale przede wszystkim świadomość.

Liczby, które wypracowaliśmy przez te **5 dni**, bronią się same. **207 nowych, w pełni świadomych potencjalnych dawców** to ogromny sukces medyczny. Pamiętajmy jednak, że za każdym tym zebranym wymazem stoi konkretny człowiek, który wysłuchał naszej prelekcji, zrozumiał, na czym polega dawstwo, i podjął w pełni dorosłą decyzję o ratowaniu czyjegoś życia.

Osiągnięcie niemal **30% skuteczności (konwersji)** wśród uprawnionych, pełnoletnich uczniów to dowód na to, że bezpośrednia edukacja rówieśnicza ma gigantyczną moc. Co więcej, wyedukowanie około **380 niepełnoletnich uczniów** to nasza inwestycja w przyszłość. Zbudowaliśmy bazę młodych ludzi, którzy za rok czy dwa lata bez wahania dołączą do Fundacji DKMS.

Obalenie stereotypów o młodzieży:

Często mówi się, że dzisiejsza młodzież jest bierna i wpatrzona tylko w ekrany smartfonów. Elbląska „Szpik Misja" całkowicie obala ten krzywdzący mit.

Nasz **77-osobowy** zespół udowodnił, że młodzi ludzie potrafią wziąć na swoje barki ogromną odpowiedzialność. Wolontariusze bezbłędnie przestrzegali procedur medycznych, pilnowali bezpieczeństwa danych wrażliwych (RODO) i z uśmiechem na ustach obsługiwali swoich rówieśników. Udział ogromnej grupy młodych mężczyzn w strukturach organizacyjnych pokazał, że pomaganie nie ma płci i każdy może zostać liderem w swoim środowisku. Elbląg ma powody do dumy – rośnie nam fantastyczne, zaangażowane obywatelsko pokolenie.

Nowy standard robienia akcji charytatywnych:

Ten projekt to także dowód na to, że akcje społeczne można robić nowocześnie i odpowiedzialnie:

- **Ekologicznie:** Udowodniliśmy, że można zrezygnować z tysięcy drukowanych ulotek (podejście *Zero Waste*) i oprzeć komunikację na darmowych, cyfrowych zasięgach, które w naszym przypadku dotarły do szacunkowo **130 000 osób.**
- **Prestiżowo:** Współpraca z Urzędem Miejskim i Patronat Prezydenta Elbląga pokazały, że wsparcie władz miasta otwiera drzwi szkół szerzej, niż jakiekolwiek inne pismo.
- **Mądrze:** Dzięki wdrożeniu wskaźników zrównoważonego rozwoju (ESG), pokazaliśmy, że młodzieżowy projekt może spełniać standardy, których nie powstydziłyby się duże organizacje wspierane przez **Forum Odpowiedzialnego Biznesu.**

Co dalej? (Krok w stronę ogólnopolską):

Zakończenie tej edycji to dla nas nie koniec, ale początek nowej drogi. Zbudowaliśmy gotowy model działania (*blueprint),* przetestowaliśmy go na żywym organizmie i wyciągnęliśmy wnioski z każdego, najdrobniejszego potknięcia.

Dlatego z tego miejsca otwarcie zapraszamy Fundację DKMS do dalszej współpracy. Chcemy wspólnie stworzyć „Pakiet Szpik Misji", który pozwoli łatwo i tanio przenieść nasz elbląski sukces na grunt innych polskich samorządów. Wiemy, jak to zrobić i jesteśmy gotowi dzielić się tą wiedzą.

Dziękujemy wszystkim – Dyrekcjom elbląskich szkół, Urzędowi Miejskiemu, Fundacji DKMS, a przede wszystkim naszym wspaniałym Wolontariuszom i Koordynatorom Lokalnym. Zrobiliśmy razem coś wielkiego. Do zobaczenia przy kolejnych projektach!

10. Załączniki (Wykaz publikacji medialnych):

Poniższe zestawienie stanowi dowód na bezprecedensowy sukces wizerunkowy elbląskiej akcji „Szpik Misja". Wykaz ten potwierdza szacunkowe wyliczenia dotyczące wygenerowanego zasięgu całkowitego (ok. 130 000 odbiorców) oraz stanowi bazę do ewentualnego wyliczenia ekwiwalentu reklamowego (AVE) dla Fundacji DKMS i Urzędu Miejskiego w Elblągu.

10.1. Oficjalna komunikacja Miasta i Organizatorów:

Oficjalny profil Prezydenta Miasta Elbląga: https://www.facebook.com/share/p/18boPaSwRq/?mibextid=wwXIfr

Miasto Elbląg (Oficjalna relacja wideo / Rolka na Facebooku): https://www.facebook.com/watch/?v=1598171427897386

Jakub Skorupa – Koordynator Główny (Relacje i posty na Instagramie): https://www.instagram.com/p/DWBfl6IiJsS/

10.2. Portale informacyjne i prasa lokalna:

Publikacje w największych serwisach horyzontalnych w regionie, stanowiące główny filar komunikacji do starszych mieszkańców miasta.

- **portEl.pl:** https://www.portel.pl/spoleczenstwo/szpik-misja-miejska-akcja-rejestracji-potencjalnych-dawcow-szpiku-w-elblaskich-szkolach/148359
- **info.elblag.pl:** https://www.info.elblag.pl/31,83655,Szpik-Misja--miejska-akcja-rejestracji-potencjalnych-dawcow-szpiku-w-elblaskich-szkolach.html
- **Elblag.net:** http://m.elblag.net/artykuly/szpik-misja,51957.html
- **Elblag Online:** https://elblagonline.pl/20260305458829/szpik-misja-mobilizuje-uczniow-rejestracja-potencjalnych-dawcow-szpiku
- **Elblag24.pl:** https://elblag24.pl/elblaska-mlodziez-w-walce-o-zycie-chorych-na-nowotwory-krwi/?fbclid=IwY2xjawQuEoJleHRuA2FlbQIxMABicmlkETFHNUJmNGhFR0lFeVNvSDd0c3J0YwZhcHBfaWQQMjIyMDM5MTc4ODIwMDg5MgABHqy5bG66PB9n1h0VIt0EnezHhp1Ndm-YGZ8coH_sfncF4M0l4FASsF2R0-wF_aem_UO8DoBueXVjLAWf9tDm4pQ
- **Razem z Tobą:** https://razemztoba.pl/szpik-misja-w-elblaskich-szkolach/
- **Fakty Elblag.pl:** https://fakty.elblag.pl/szpik-misja-elblaskie-szkoly-zapraszaja-do-rejestracji-dawcow-szpiku/
- **Tu Elbląg:** https://tuelblag.pl/wiadomosci/szpik-misja-nowa-miejska-inicjatywa-na-rzecz-rejestracji-dawcow-szpiku-w-elblagu
- **Elblag.eu:** https://elblag.eu/kalendarz-wydarzen/szpik-misja-miejska-akcja-rejestracji-potencjalnych-dawcow-szpiku-w-elblaskich-szkolach.html
- **Bogaty region:** https://bogatyregion.pl/warmia-i-mazury/elblag/2026/03/11/szpik-misja-miejska-akcja-rejestracji-potencjalnych-dawcow-szpiku-w-elblaskich-szkolach/?fbclid=IwY2xjawQuFxdleHRuA2FlbQIxMQBicmlkETFHNUJmNGhFR0lFeVNvSDd0c3J0YwZhcHBfaWQQMjIyMDM5MTc4ODIwMDg5MgABHqV

10.3. Rozgłośnie radiowe (Audycje i serwisy informacyjne):

Obecność tematu „Komórkomanii” w radiach o zasięgu lokalnym, regionalnym i ogólnopolskim.

- **Radio Eska:** https://elblag.eska.pl/szpik-misja-miejska-akcja-rejestracji-potencjalnych-dawcow-szpiku-w-elblaskich-szkolach-aa-rTEY-q7vR-coVb.html
- **Radio Olsztyn/Elbląg:** https://radioolsztyn.pl/prawie-200-nowych-dawcow-szpiku-sukces-komorkomanii-w-elblagu/01865074
- **Radio Gdańsk:** https://radiogdansk.pl/wiadomosci/region/elblag/2026/03/17/mlodziez-z-elblaga-chce-ratowac-zycie-w-szkolach-trwa-akcja-rejestracji-potencjalnych-dawcow-szpiku/
- **Radio Żuławy:** https://www.youtube.com/watch?v=WGrK6ZsHnSM
- https://radiozulawy.pl/mlodzi-dla-mlodych-elblaska-akcja-rejestracji-dawcow-szpiku/

10.4. Komunikacja placówek edukacyjnych:

Lokalne wsparcie informacyjne na profilach społecznościowych (Facebook/Instagram) szkół zaangażowanych w projekt.

- **Zespół Szkół Mechanicznych (ZSM):** https://www.facebook.com/ZespolSzkolMechanicznychWElblagu/posts/1317317613538757/
- **I Liceum Ogólnokształcące (1LO):** https://www.instagram.com/stories/highlights/18031405616542609/
- **II Liceum Ogólnokształcące (2LO):** https://www.facebook.com/share/p/1DdhdCgJdx/?mibextid=wwXIfr
- **III Liceum Ogólnokształcące (3LO):** https://www.facebook.com/share/p/1CPuDCVvhW/?mibextid=wwXIfr
- **Zespół Szkół Technicznych (ZST):** https://www.facebook.com/share/p/1GXAzgorxD/?mibextid=wwXIfr
- **Zespół Szkół Techniczno-Informatycznych (ZST-I):** https://www.facebook.com/share/p/1B5mCVt6Mk/?mibextid=wwXIfr
- **Zespół Szkół Inżynierii Środowiska i Usług (ZSISiU):** https://www.facebook.com/ZSISIU/posts/%EF%B8%8F-w-dniu-16-marca-w-naszej-szkole-odbyła-się-akcja-szpik-misja-elbląska-akcja-ko/1410651834196667/
- **Zespół Państwowych Szkół Muzycznych (ZPSM):** https://www.facebook.com/zpsm.elblag/posts/elbląska-akcja-komórkowa-fundacji-dkms-szpik-misja-w-naszej-szkole-dziękujemy-za/1543897581069188/

Kontakt do koordynatorów:

Koordynatora z ramienia Urzędu Miejskiego:

Jakub Skorupa

Tel. **+48 733 626 833**

E-mail: kuba.skorupa05@gmail.com

Jan Banach

Tel. +**48 606 146 491**

11. Fotorelacja:

Wizualna oprawa projektu nie byłaby możliwa bez ciężkiej pracy naszej sekcji medialno-kreatywnej. Autorzy zdjęć: **Fabian Żmijewski, Paweł Cholewa, Sebastian Kostek, Katarzyna Kurt, Nikola Wiśniewska, Jan Banach**. Projekt materiałów graficznych (plakat): **Jakub Miałkowski.**




5 kroków do zostania Dawcą szpiku
Krok 1
Krok 2
Krok 3
Krok 4
Krok 5
01
02
03
04
05
DKMS
#KOMÓRKOMANIA
Zespół
Szkół
Technicznych
Informatycznych
w Elblągu


STEŚMY?
ROBIMY?
POMOŻESZ?
BO MOŻESZ




TY MOŻESZ
KOMUŚ
ŻYCIE




ęta
28.07.2025
9:00
DO
19:00



PATRONAT HONOROWY
MICHAŁ MISSAN
PREZYDENT ELBLĄGA

Patronat projektu
#KOMÓRKOMANIA
Patronat honorowy
Minister
Edukacji

Patronat:
LIGA ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU
PROGRAM FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU