**Informacja prasowa**

**Warszawa, 27 sierpnia 2025 r.**

**Wybierasz się na wakacje, wyjazd służbowy, city break? Twoja podróż może uratować komuś życie!**

**DKMS i Flix łączą siły w walce z nowotworami krwi**

**Flix, globalny lider technologii w branży transportowej oraz DKMS, międzynarodowa organizacja non-profit zajmująca się ratowaniem życia pacjentów chorujących na nowotwory krwi i inne choroby układu krwiotwórczego, rozpoczęli długofalową współpracę. Jej celem jest zwiększanie świadomości na temat chorób krwi oraz zachęcanie do rejestracji jako potencjalny dawca szpiku w kilku krajach. Dzięki wspólnej inicjatywie Flixa i DKMS podróż staje się okazją do wsparcia osób, dla których jedyną szansą na powrót do zdrowia jest pomoc “bliźniaka genetycznego”.**

Co 27 sekund ktoś na świecie dowiaduje się, że choruje na nowotwór krwi lub inną poważną chorobę układu krwiotwórczego. W Polsce nowa diagnoza stawiana jest co 40 minut. Współpraca DKMS i Flixa pod hasłem „Podróż po życie” ma na celu ułatwienie procesu rejestracji jako potencjalny dawca szpiku. Podróżni korzystający z Wi-Fi na pokładzie FlixBusa i FlixTraina w Niemczech, Polsce, Chile, Wielkiej Brytanii i Stanach Zjednoczonych zostaną przekierowani na specjalną stronę internetową, na której mogą rozpocząć proces rejestracji za pomocą zaledwie kilku kliknięć.

Choć 25% pacjentów w Polsce znajduje zgodnego dawcę krwiotwórczych komórek macierzystych wśród członków rodziny, to aż 75% musi polegać na niespokrewnionych dawcach. Pomimo 42 milionów zarejestrowanych potencjalnych dawców na całym świecie, wciąż co 5. polski pacjent nie znajduje zgodnego „bliźniaka genetycznego”*.* Misją DKMS jest znalezienie dawcy dla każdego potrzebującego przeszczepienia szpiku pacjenta. Organizacja non-profit realizuje ją w 7 krajach na 5 kontynentach, aby edukować, powiększać pulę zarejestrowanych dawców i tym samym zwiększać szanse pacjentów z nowotworami krwi na znalezienie „bliźniaka genetycznego”.

**Wspólne zaangażowanie z misją społeczną**

Kampania wykorzystuje międzynarodowy zasięg Flixa oraz jego infrastrukturę cyfrową. Pasażerowie spotykają się z prostymi, angażującymi komunikatami na ekranach swoich telefonów podczas podróży, co ułatwia zapisanie do bazy potencjalnych dawców szpiku. Według dyrektor generalnej DKMS-u Elke Neujahr „*Każda podróż ma potencjał, by zmieniać życie – zarówno tych, którzy podróżują, jak i tych, którzy czekają na drugą szansę. Dzięki współpracy z Flixem zaangażowanie podróżnych zyskuje kolejny pozytywny wymiar*.”

***„W Polsce wciąż co 5. pacjent nie znajduje zgodnego dawcy szpiku – to liczba, za którą kryją się prawdziwe historie, codzienna niepewność i ogromna nadzieja.*** *Dzięki współpracy z Flixem docieramy do tysięcy osób w naturalnym rytmie ich dnia – bez zakłócania go, za to z ważnym przekazem****. Rejestracja jako potencjalny dawca to świadoma decyzja wymagająca refleksji, ale możliwa do podjęcia w prosty sposób. Kampanią chcemy przypominać, że nawet w pozornie zwyczajnych okolicznościach możemy zrobić coś, co ma realne znaczenie dla drugiego człowieka”.*** – komentuje Agnieszka Wodzińska, wiceprezes fundacji DKMS.

*„Nasza współpraca z DKMS pokazuje, że każda podróż może mieć głębszy sens. Pasażerowie FlixBusa zyskują szansę, aby podczas podróży podjąć decyzję, która może uratować komuś życie. Dołączenie do grona potencjalnych dawców szpiku będzie możliwe po prostu w autobusie w trakcie przejazdu, taki drobny gest a może uratować życie. Do dzieła!”* – mówi Michał Leman, dyrektor zarządzający FlixBusa w Europie Wschodniej.

**Kto może się zarejestrować?**

Potencjalnym dawcą może zostać każda zdrowa osoba w wieku 18-55 lat, mieszkająca w Polsce, o wskaźniku masy ciała (BMI) powyżej 16,5 i nie wyższym niż 40. Bezpłatny pakiet rejestracyjny można zamówić ze strony: [www.dkms.pl.](http://www.dkms.pl./)

**O DKMS**

**Fundacja DKMS** to międzynarodowa organizacja non-profit, której misją jest ratowanie życia pacjentów chorujących na nowotwory krwi oraz inne choroby układu krwiotwórczego. Powstała w Niemczech w 1991 roku z inicjatywy dr. Petera Harfa. Od tamtej pory – wspólnie z zespołem ponad 1300 pracowników – nieustannie działa na rzecz tego, by jak najwięcej pacjentów na całym świecie mogło otrzymać swoją drugą szansę na życie.

Dzięki zaangażowaniu ponad 13 milionów zarejestrowanych potencjalnych dawców, DKMS przeprowadził już ponad 125 000 pobrań krwiotwórczych komórek macierzystych bądź szpiku– dla pacjentów potrzebujących przeszczepienia szpiku. Fundacja prowadzi działalność w Niemczech, Stanach Zjednoczonych, Polsce, Wielkiej Brytanii, Chile, Indiach i RPA. Międzynarodowa współpraca i rozwój są kluczowe – bo podobnie jak DKMS, nowotwory krwi nie znają granic.

**O Flix**

**Flix** zmienia oblicze transportu zbiorowego, oferując zrównoważone i przystępne cenowo rozwiązania dalekobieżnych podróży autobusowych i kolejowych w ponad 40 krajach na czterech kontynentach pod markami FlixBus, FlixTrain, Kamil Koç i Greyhound. Dzięki modelowi asset-light i innowacyjnej platformie technologicznej Flix, od swojego startu w 2013 roku, szybko osiągnął pozycję lidera rynku dalekobieżnych przewozów autobusowych w Europie, Ameryce Północnej i Turcji, a teraz dynamicznie rozwija się w Ameryce Południowej i Indiach.

W odpowiedzi na rosnącą świadomość ekologiczną Flix dąży do osiągnięcia neutralności emisyjnej w Europie do 2040 roku, a globalnie do 2050 roku. W celu monitorowania postępów w ramach uznanych naukowych standardów, firma wyznaczyła krótkoterminowe cele redukcji emisji w ramach inicjatywy Science Based Targets.

Flix zarządza działalnością komercyjną, w tym planowaniem siatki połączeń, ustalaniem cen, kontrolą operacyjną, marketingiem, sprzedażą, zarządzaniem jakością i rozwojem produktów opartym na danych. Codzienne operacje są realizowane przez zaufanych partnerów Flixa. Innowacyjne połączenie technologii Flixa i platformy sprzedażowej z tradycyjnym transportem pasażerskim przekształciło europejski start-up w globalnie rozwijającą się firmę travel-tech.

**Kontakt dla mediów**

DKMS Renata Rafa, Ekspert ds. Komunikacji, renata.rafa@dkms.pl

Flix Aleksandra Sobera, Senior PR & Communication Manager, aleksandra.sobera@flix.com