

Lernende überzeugen im Final

WIRTSCHAFTSWOCH VOM 30. MÄRZ BIS 2. APRIL FAND DIE WIRTSCHAFTSWOCH DER KANTI SURSEE STATT

Wie jedes Jahr fand für die Fünftklässler der Kantonsschule Sursee vor den Osterferien die Wirtschaftswoche statt. Während vier Tagen tauchen die Schülerinnen und Schüler in die Rolle der Geschäftsleitung eines fiktiven Unternehmens ein und können so spannende Einblicke in das Wirtschaftsleben gewinnen.

Normalerweise ist es still in den Gängen der Büroräumlichkeiten der Calida. Doch schon die ganze Woche beleben Schülerinnen und Schüler der Kantonsschule Sursee das Gebäude. Im Rahmen der Wirtschaftswoche (siehe Kasten) haben sie sich nämlich unter anderem bei der Calida einquartiert. Auch andere Unternehmen wie Fenaco, Granol, Orthotec und der Lehner Versand bieten dieses Jahr ihre Räumlichkeiten für die Wirtschaftswoche an. Vier der fiktiven Unternehmen sind bei der Calida untergebracht, wo jede Gruppe ihr eigenes Sitzungszimmer hat. Schon die ganze Woche haben die Schülerinnen und Schüler wichtige Entscheidungen für ihre fiktiven Unternehmen getroffen. Am Montag ging es noch darum, ein Produkt zu definieren, das die Unternehmen vermarkten sollen. Die Lernenden haben sich für eine Armbanduhr entschieden. Die Uhren der Unternehmen heben sich durch ihre individuellen Vorteile voneinander ab. So vermarktet das Unternehmen «Aurex» beispielsweise eine Sportuhr. Das Unternehmen «Glanzmann Uhren» hingegen will mit seiner solarbetriebenen Armbanduhr überzeugen. Personen mit dieser Uhr können gänzlich auf den stressigen Batteriewechsel verzichten, erklärt das Unternehmen.

Vorbereitung Investorenkonferenz

Nun, am Donnerstagnachmittag, dem letzten Tag der Wirtschaftswoche, stecken die Schülerinnen und Schüler mitten in den Vorbereitungen für die anstehende Investorenkonferenz. Bei dieser müssen sie die Stärken ihres Unternehmens präsentieren und eine Jury überzeugen, in ihre Firma zu investieren. Nebst der Aussicht auf einen Investor seitens Spielleitung verleiht die Calida den Calida-Award an das Unternehmen, das den besten Ein-



Das Unternehmen «Glanzmann Uhren» bei seiner Investorenkonferenz.

FOTO MARION KAUFMANN

druck bei der Investorenkonferenz hinterlässt und mit dem produzierten Werbevideo überzeugt. Die Jury besteht aus vier Personen: Sven Seitz und Christoph Räber als Spielleiter der Wirtschaftswoche und zwei Mitarbeiterinnen der Calida für die Verleihung des Awards.

Bei der Spielleitung handelt es sich um externe Personen des gemeinnützigen Vereins Wirtschaftswoche, welche die Woche ehrenamtlich durchführen. Sie bringen jahrelange Erfahrung aus der Wirtschaft mit und können die Lernenden so während der Woche mit ihrer Expertise unterstützen. Sven Seitz fungiert bereits zum 4. Mal als Spielleiter der Wirtschaftswoche der Kanti Sursee. «Ich finde es extrem wichtig, dass man die Heranwachsenden an die Wirtschaft führen, und so für die Wirtschaft begeistern kann», erzählt Seitz. Dass die Lernenden die Woche in den Räumlichkeiten verschiedener Unternehmen verbringen, empfindet Sven Seitz als sehr positiv. «Das ist das beste Setting»,

sagt er und fährt fort: «An anderen Kantonsschulen sind die Schülerinnen und Schüler auch während der Wirtschaftswoche in der Schule. Dann gelingt es ihnen oft nicht, den Schulmodus zu verlassen. In neuen Räum-

«In neuen Räumlichkeiten können die Lernenden voll eintauchen.»

SVEN SEITZ,
SPIELLEITER WIRTSCHAFTSWOCH

lichkeiten können die Lernenden voll eintauchen.» Die grösste Herausforderung der Woche sei jeweils, am Anfang das Eis zu brechen. Meist brauche es einen halben Tag, bis die Lernenden auftauen. Doch am Donnerstagnachmittag ist von der anfänglichen Zurückhaltung nichts mehr zu spüren. Die Schülerinnen und Schüler stellen interessiert Fragen und holen bei der Spielleitung Unterstützung, wenn sie diese brauchen.

Die Jury überzeugen

Es ist Zeit für die Investorenkonferenzen. Alle finden sich zum grossen Finale im Plenum ein. Eine leichte Anspannung der Schülerinnen und Schüler ist wahrzunehmen. Sie besprechen noch letzte Details. Die vierköpfige Jury verteilt sich im Raum, um den Präsentationen zu folgen. Nach und nach stellen die Lernenden ihre Unternehmen vor und zeigen sich von ihrer besten Seite. Sie präsentieren ihre Entwicklung über die vergangenen fünf Spieljahre und ihre Ziele für die Zukunft. So streben einige Unternehmen an, ins Ausland zu expandieren oder ihre Maschinen zu erneuern. Im Anschluss an die Präsentationen stellt die Jury kritische Fragen. Nach gut einer Stunde beendet Sven Seitz die Investorenkonferenzen und die Jury zieht sich zur gemeinsamen Beratung zurück. Nach intensivem Austausch hat sich die Jury geeinigt: Es steht fest, in welches Unternehmen sie investieren möchte und welches Unternehmen den Calida-Award ver-

dient hat. Die Jury kommt zurück zu den Lernenden, die gespannt auf das Ergebnis warten. Die Mitarbeiterinnen der Calida verkünden: Das Unternehmen «James & Co.» hat mit seiner Präsentation und dem kreativen Werbespot am meisten überzeugt. Feierlich übergeben sie den Schülerinnen und Schülern den Calida-Award.

Spielleiter Christoph Räber betont: «Alle Unternehmen sind relativ nahe beieinander. In jedem Bereich ist eines der Unternehmen einmal auf dem ersten Platz. Das finde ich bemerkenswert.» Auch für die Präsentationen bekommen die Schülerinnen und Schüler Lob. Das Feedback, das die Spielleiter den Lernenden im Verlauf der Woche gegeben hätten, sei umgesetzt worden. Aus Investorensicht überzeugt die Spielleitung das Unternehmen «Chronica» mit ihren klaren Aussagen am meisten. So endet auch dieses Jahr eine erfolgreiche und vor allem lehrreiche Wirtschaftswoche, die den Lernenden positiv in Erinnerung bleiben mag. **MARION KAUFMANN**

wüest arnold
Oberflächen

Malerwerkstatt
6232 Geuensee • T 041 926 80 20
info@wueestarnold.ch

Das ist die Wirtschaftswoche

WIRTSCHAFT Jedes Jahr während der Karwoche findet die Wirtschaftswoche der Kantonsschule Sursee statt. In dieser Woche verbringen die Fünftklässlerinnen und Fünftklässler vier Tage bei einem realen Unternehmen aus der Region. Weg von den gewohnten Räumlichkeiten der Kanti, bekommen die Lernenden so einen möglichst realistischen Einblick ins Wirtschaftsleben. Organisiert wird die Wirtschaftswoche von der gemeinnützigen Organisation Wirtschaftswoche.ch. Ehrenamtlich arbeitende Personen aus der Wirtschaft begleiten die Lernenden während der Woche und unterstützen sie. Mithilfe einer Unternehmenssimulation fungieren die Schülerinnen und Schüler während der Woche als Geschäftsleitung und treffen alle wichtigen Entscheidungen für ihr fiktives Unternehmen. **MK**

Anlässe wie die Parathletics ziehen Leute an

TOURISMUS SEMPACHERSEE ÜBER 300'000 LOGIERNÄCHTE WURDEN IM JAHR 2025 GEZÄHLT - EIN REKORD

Die Region Sempachersee verzeichnete für das Jahr 2025 ein erneutes Rekordjahr bei den Logiernächten. Mit einem Plus von rund 6,5 Prozent gegenüber Vorjahr resultierte ein Rekordergebnis von 332'204 Logiernächten.

Die Zunahme liege über dem schweizerischen Durchschnitt und festige die Position der Region als zweitgrösste Tourismusregion im Kanton Luzern, teilte Sempachersee Tourismus am Dienstag, 7. April, mit. Dies sei eine eindruckliche Leistung im Verbund aller Beteiligten.

Die Logiernächte-Zahl sei zwar nicht alles im Tourismus, aber doch eine verbreitete Kennzahl mit hoher Vergleichbarkeit. Die Region Sempachersee habe in diesem Bereich weiterhin zugelegt und weise für das Jahr 2025 ein erneutes Rekordergebnis aus.

Als Grund für die hohen Zahlen sieht die Organisation, dass die starken, innovativen Leistungsträger der Region attraktive Angebote haben und das Thema Gastfreundschaft leben.



Events wie die Parathletics 2025 in Nottwil zogen Leute an.

FOTO JAANA BÜHLMANN/ARCHIV

Wiederkehrende Anlässe beliebt

Die Region wolle sich qualitativ und nachhaltig entwickeln, unter anderem mit jährlich wiederkehrenden Anlässen wie den Parathletics oder der

Swiss Challenge im Sport oder mit einemachteulenfestival im Bereich Kultur. Diese Anlässe bringen Wertschöpfung in die Region zum Nutzen aller, heisst es in der Mitteilung. Stra-

tegisch entspreche dies der Ausrichtung von Sempachersee Tourismus, vermehrt mit Veranstaltungen, die Potenzial für Logiernächte haben, in enger Partnerschaft zu kooperieren.

Das Segment «Camping» etablierte sich auf hohem Niveau. Die Campingplätze der Region Sempachersee seien sehr gut frequentiert gewesen.

Die Plattform «Airbnb» bescherte der Region rund 21'000 Logiernächte. Dies entspreche einer weiteren Steigerung von 3000 Logiernächten gegenüber 2024. In der Region Sempachersee sind 70 Prozent der Gäste aus der Schweiz und die durchschnittliche Aufenthaltsdauer betrage zwei Nächte. Aus dem europäischen Raum seien 18 Prozent der Gäste, wobei Deutschland und Österreich zusammen die Hälfte davon ausmachten. Aus dem asiatischen Raum seien es rund 10 Prozent und der Rest verteile sich auf weitere Länder. Der Geschäftsführer von Sempachersee Tourismus, Peter Regli, lässt sich wie folgt zitieren: «Die Entwicklung ist sehr erfreulich. Die qualitative und nachhaltige Entwicklung der Region tragen alle Beteiligten mit. Mit durchschnittlich knapp zwei Übernachtungen etabliert sich die Region im Bereich des Segmentes Kurzurlaub mit hohem Mehrwert.» **RED**