

Antragsbereich / Antrag 10

**Empfänger:** Landeskonferenz  
Landesvorstand

**10: Förderung der Sichtbarkeit, Vernetzung und Wichtigkeit von Solo-Selbstständigen und Freiberufler\*innen in Bayern durch die Kampagne „Ich bin die Wirtschaft!“**

Mit diesem Antrag möchten wir folgende Ziele erreichen:

- Gewinnung von Aufmerksamkeit: Wir geben Solo-Selbstständigen und Freiberufler\*innen ein Gesicht und verdeutlichen, dass die Wirtschaft nicht nur aus großen Unternehmen besteht.
- Unterstreichung der Wichtigkeit: Wir stellen Solo-Selbstständige und Freie Berufe als zentrale Bestandteile der Wirtschaft dar und zeigen ihre entscheidende Rolle in der Gesellschaft auf.
- Steigerung der Attraktivität der SPD als Vertretung der Interessen von Solo-Selbstständigen und Freiberufler\*innen und Schaffung einer politischen Heimat für diese Zielgruppe.

Unsere Forderung:

Die AGS Mittelfranken fordert die SPD Bayern auf, die nachfolgend genannten Maßnahmen zur Förderung der Sichtbarkeit und Vernetzung von Solo-Selbstständigen und Freiberufler\*innen im Rahmen der Kampagne „Ich bin die Wirtschaft!“ in ganz Bayern umzusetzen. Diese Initiative ist entscheidend, um die Anerkennung dieser wichtigen Wirtschaftsakteure in der Öffentlichkeit und bei politischen Entscheidungsträgern zu erhöhen und um ihre Herausforderungen wirksam anzusprechen. Wir bitten um eine angemessene finanzielle Unterstützung für die erfolgreiche Umsetzung dieser Kampagne durch die SPD Bayern, die AGS Bayern sowie deren Bezirke.

Hauptbotschaft der Kampagne:

„Solo-Selbstständige und Freiberufler\*innen sind unverzichtbare Bestandteile unserer Wirtschaft und tragen maßgeblich zu deren Vielfalt und Innovationskraft bei.“

35 Geplante Aktivitäten:

1. Kampagnen-Launch mit Buttons für Solo-Selbstständige:

- 40
- Erstellung und Verteilung an Soloselbstständige und Freiberufler\*innen über Netzwerktreffen, Messen und Workshops, um die Sichtbarkeit zu erhöhen.

2. Zentrale Online-Plattform:

- 45
- Aufbau einer Kampagnen-Webseite mit Video- und Audiointerviews, in denen Solo-Selbstständige und Freiberufler\*innen über ihre Erfahrungen berichten. Diese Inhalte sollen über Social Media und Newsletter verbreitet werden.

50 3. Aufbau eines zentralen YouTube- und Instagram-Kanals:

- Regelmäßige Reels und Shorts mit Zitaten und Highlights aus Interviews, um das Engagement zu fördern und die Reichweite zu erhöhen.

55 4. PR- und Medienarbeit:

- Regelmäßige Pressemitteilungen und Medienkooperationen zur Steigerung der Sichtbarkeit der Kampagne und ihrer Akteure.

60 5. Politische Lobbyarbeit:

- Erstellung von Positionspapieren, die spezifische Herausforderungen und Bedürfnisse von Solo-Selbstständigen und Freiberufler\*innen aufzeigen, um die politische Diskussion zu beeinflussen.

65

6. BarCamp „Ich bin die Wirtschaft!“:

- 70
- Organisation eines BarCamps, bei dem Teilnehmer ihre Themen und Anliegen einbringen können. Der Fokus liegt auf dem Austausch von Wissen und der Entwicklung gemeinsamer Lösungsansätze.

7. Gemeinsame Roadshows und Infostände:

- 75
- Mobile Informationsstände in verschiedenen Städten, bei denen Buttons verteilt und Informationen bereitgestellt werden. Dies fördert den direkten Kontakt zur Zielgruppe und zur Öffentlichkeit.

## 8. Wettbewerbe und Auszeichnungen:

- 80
- Durchführung von Wettbewerben, um die innovativsten und erfolgreichsten Solo-Selbstständigen und Freiberufler\*innen zu würdigen und damit eine positive Aufmerksamkeit zu erzeugen.

## 9. Prominente Solo-Selbstständige und Freiberufler\*innen als Influencer:

- 85
- Gewinnung prominenter Gesichter für die Kampagne, die ihre Erfahrungen teilen und das Bewusstsein für die Bedeutung von Solo-Selbstständigkeit und Freiberuflichkeit stärken.

## 90 Rollout der Kampagne:

Die Kampagne „Ich bin die Wirtschaft!“ kann zunächst in Städten mit bereits aktiver AGS-Präsenz ausgerollt werden. Diese strategische Vorgehensweise ermöglicht es, bestehende Netzwerke und Ressourcen zu nutzen, um die Kampagne effizient und effektiv zu starten. In diesen Städten können gezielte Aktivitäten durchgeführt werden, um die Sichtbarkeit und Vernetzung von Solo-Selbstständigen und Freiberufler\*innen zu fördern.

95

Nach der erfolgreichen Implementierung und dem Sammeln von Erfahrungen in den ersten Städten sollte die Kampagne schrittweise auf weitere Städte und Regionen ausgeweitet werden. Diese Erweiterung ermöglicht es, die Auswirkungen der Kampagne in verschiedenen Kontexten zu beobachten und anzupassen, sodass auch in Regionen mit weniger aktiver AGS-Präsenz ein Bewusstsein für die Bedeutung von Solo-Selbstständigen und Freiberufler\*innen geschaffen wird.

100

105

Die Kampagne kann dabei nicht nur zur Sichtbarkeit der Zielgruppe beitragen, sondern auch zur Aktivierung und Gewinnung neuer Mitglieder für die AGS. Durch die Betonung der

110

Relevanz von Solo-Selbstständigen und Freiberufler\*innen im wirtschaftlichen Gesamtkontext wird die AGS als starke Vertretung dieser Gruppe wahrgenommen, was zu einem höheren Interesse an einer Mitgliedschaft führen kann.

115

## Finanzierung:

Für die erfolgreiche Umsetzung der Kampagne „Ich bin die Wirtschaft!“ wird eine angemessene Finanzierung benötigt. Wir schlagen vor, dass die AGS Bayern sowie die SPD Bayern und deren Bezirke finanzielle Mittel

120

bereitstellen, um folgende Bereiche abzudecken:

- Produktion von Werbematerialien: Kosten für Buttons, Flyer und digitale Inhalte.
- 125 • Aufbau und Pflege der Online-Plattform: Technische und kreative Ressourcen zur Entwicklung der Webseite und der Social-Media-Kanäle.
- Veranstaltungsorganisation: Mittel zur Durchführung von Veranstaltungen, Workshops und BarCamps, um die Sichtbarkeit und Vernetzung zu fördern.
- 130 • PR- und Medienarbeit: Budget für Pressemitteilungen, Medienkooperationen und Werbemittel zur Steigerung der Reichweite.
- 135 • Wettbewerbe und Auszeichnungen: Finanzierung von Preisen und Veranstaltungsorganisation für Wettbewerbe zur Förderung von Solo-Selbstständigen und Freiberufler\*innen.
- 140 Wir schätzen den gesamten Finanzierungsbedarf der Kampagne bis Ende 2025 auf ca. €5000. Ein detaillierter Kostenplan soll vor Beginn der Umsetzung erstellt und den Antragsempfängern zugeleitet werden.

Begründung:

- 145 Die Bedeutung von Solo-Selbstständigen und Freiberufler\*innen für die bayerische Wirtschaft kann nicht genug betont werden. Diese Gruppen sind nicht nur Schlüsselakteure, die die Industrie und den Mittelstand unterstützen und Innovationen vorantreiben, sondern auch Träger einer vielfältigen und dynamischen Wirtschaft - in der Branche der Kultur- und Kreativwirtschaft stellen Sie sogar den überwiegenden Anteil der Beschäftigten.
- 150 Dennoch erleben sie in der öffentlichen Wahrnehmung und in politischen Diskursen häufig eine Unterrepräsentation. Um die Herausforderungen, vor denen sie stehen, sichtbar zu machen und ihre Rolle in der Gesellschaft zu stärken, beantragt die AGS Mittelfranken die Umsetzung der Kampagne „Ich bin die Wirtschaft!“ in ganz Bayern.
- 155

Bedeutung für die SPD in Bayern

- 160 Die Kampagne bietet der SPD in Bayern eine einzigartige Gelegenheit, sich als die politische Heimat für Selbstständige und Freiberufler\*innen zu positionieren. In einem politischen Umfeld, in dem oft große Unternehmen und deren Interessen im Vordergrund stehen, ermöglicht die AGS der SPD,

- die Stimme einer oft übersehenen, aber entscheidenden Gruppe zu erheben.
- 165 Durch die Stärkung der Sichtbarkeit dieser Akteure innerhalb der Partei wird die SPD zu einem vertrauenswürdigen Partner für Selbstständige und Freiberufler\*innen, die in anderen Parteien möglicherweise keine vergleichbare Unterstützung finden.
- 170 Schaffung einer politischen Heimat: Die AGS hat die Möglichkeit, eine Plattform zu bieten, auf der Selbstständige und Freiberufler\*innen ihre Anliegen artikulieren und vertreten können. Durch die Schaffung eines Netzwerks, das sich aktiv mit den spezifischen Herausforderungen dieser Gruppen auseinandersetzt, wird die SPD in Bayern zur ersten Anlaufstelle
- 175 für diese Unternehmer\*innen werden. Dies trägt dazu bei, eine starke und loyale Wählerschaft zu entwickeln.

Relevanz im politischen Diskurs: Mit der Kampagne „Ich bin die Wirtschaft!“ kann die SPD die Diskussion über die Bedeutung von Selbstständigen und Freiberufler\*innen in die politischen Debatten einbringen. Indem die Partei die Herausforderungen und Erfolge dieser Gruppen beleuchtet, wird sie als innovative Kraft wahrgenommen, die sich für die Belange aller Wirtschaftstreibenden einsetzt. Dies fördert nicht nur das Vertrauen in die Partei, sondern steigert auch ihre Attraktivität für eine breitere Wählerschaft.

- 185
- Aktivierung und Gewinnung neuer Mitglieder: Durch die Fokussierung auf die Bedürfnisse von Selbstständigen und Freiberufler\*innen bietet die AGS die Möglichkeit, diese Gruppen aktiv in die SPD zu integrieren. Veranstaltungen, Workshops und Netzwerkarbeit schaffen ein Zugehörigkeitsgefühl
- 190 und fördern die Beteiligung an politischen Prozessen. Dies kann zu einem Anstieg der Mitgliederzahlen führen und die Partei dynamischer und vielfältiger machen.

Freundschaft!

195

AGS Mittelfranken

Antragstellung am 04.11.2024