

Antragsbereich / **Antrag 10**

**Empfänger:** 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.

10

- 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.

15

- Steigerung der Attraktivität der SPD als Vertretung der Interessen von

Solo-Selbstständigen und Freiberufler\*innen und Schaffung einer politischen Heimat für diese Zielgruppe.

20

Unsere Forderung:

25 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  
30 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  
35 Umsetzung dieser Kampagne durch die SPD Bayern, die AGS Bayern sowie deren Bezirke.

Hauptbotschaft der Kampagne:

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

45 Geplante Aktivitäten:

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

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

55 2. Zentrale Online-Plattform:

60 • 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.

65 1. 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.

70

2. PR- und Medienarbeit:

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

75

3. Politische Lobbyarbeit:

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

80

85 4. BarCamp „Ich bin die Wirtschaft!“:

- 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.

90

5. Gemeinsame Roadshows und Infostände:

- 95 • Mobile Informationsstände in verschiedenen  
Städten, bei denen Buttons verteilt und Infor-  
mationen bereitgestellt werden. Dies fördert  
den direkten Kontakt zur Zielgruppe und zur  
Öffentlichkeit.

100

#### 6. Wettbewerbe und Auszeichnungen:

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

#### 7. Prominente Solo-Selbstständige und Freiberuf- 110 ler\*innen als Influencer:

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

#### Rollout der Kampagne:

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

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

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

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

150

Finanzierung:

Für die erfolgreiche Umsetzung der Kampagne „Ich  
bin die Wirtschaft!“ wird eine angemessene Finan-  
155 zierung benötigt. Wir schlagen vor, dass die AGS  
Bayern sowie die SPD Bayern und deren Bezirke  
finanzielle Mittel bereitstellen, um folgende Bereiche  
abzudecken:

160 • Produktion von Werbematerialien: Kosten für  
Buttons, Flyer und digitale Inhalte.

- 165 • Aufbau und Pflege der Online-Plattform: Technische und kreative Ressourcen zur Entwicklung der Webseite und der Social-Media-Kanäle.
- 170 • Veranstaltungsorganisation: Mittel zur Durchführung von Veranstaltungen, Workshops und BarCamps, um die Sichtbarkeit und Vernetzung zu fördern.
- 175 • PR- und Medienarbeit: Budget für Pressemitteilungen, Medienkooperationen und Werbemittel zur Steigerung der Reichweite.
- 180 • Wettbewerbe und Auszeichnungen: Finanzierung von Preisen und Veranstaltungsorganisation für Wettbewerbe zur Förderung von Solo-Selbstständigen und Freiberufler\*innen.

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.

185

### **Begründung**

Die Bedeutung von Solo-Selbstständigen und Freiberufler\*innen für die bayerische Wirtschaft kann nicht genug betont werden. Diese Gruppen sind  
190 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. Dennoch erleben sie  
195 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.

### Bedeutung für die SPD in Bayern

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. 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.

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 für diese Unternehmer\*innen werden. Dies trägt dazu bei, eine starke und loyale Wählerschaft zu entwickeln.

230

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.

235 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

240 ihre Attraktivität für eine breitere Wählerschaft.

Aktivierung und Gewinnung neuer Mitglieder: Durch die Fokussierung auf die Bedürfnisse von Selbstständigen und Freiberufler\*innen bietet die AGS

245 die Möglichkeit, diese Gruppen aktiv in die SPD zu integrieren. Veranstaltungen, Workshops und Netzwerkarbeit schaffen ein Zugehörigkeitsgefühl und fördern die Beteiligung an politischen Prozessen. Dies kann zu einem Anstieg der Mitgliederzahlen führen

250 und die Partei dynamischer und vielfältiger machen.

Freundschaft!

AGS Mittelfranken

255

Antragstellung am 04.11.2024