



AfD-Fraktion
im Rat der Landeshauptstadt Düsseldorf

An den
Vorsitzenden des Rates
der Landeshauptstadt Düsseldorf
Herrn Oberbürgermeister Dr. Keller

Düsseldorf, den 17. November 2025

Antrag: Verzicht auf die weitere Verwendung des städtischen Slogans „Nähe trifft Freiheit“

Sehr geehrter Herr Oberbürgermeister,

hiermit bitte ich Sie, den nachfolgenden Antrag auf die Tagesordnung für die nächste Ratssitzung am 11.12.2025 zu nehmen und beschließen zu lassen:

Der Rat der Landeshauptstadt Düsseldorf beschließt, die weitere Verwendung des Slogans „Nähe trifft Freiheit“ in allen offiziellen städtischen Kommunikationsmaßnahmen, Publikationen, Werbemitteln, Internetauftritten und Kooperationen mit sofortiger Wirkung einzustellen. Die Düsseldorf Marketing GmbH sowie alle städtischen Dienststellen und Beteiligungsgesellschaften werden angewiesen, den Slogan aus allen laufenden und künftigen Kampagnen zu entfernen. Innerhalb von sechs Monaten soll eine neue, bürgernahe und verständliche Stadtmarke unter breiter Beteiligung der Düsseldorfer Bevölkerung entwickelt und dem Rat zur Beschlussfassung vorgelegt werden.

Begründung:

Der seit 2018 verwendete Slogan „Nähe trifft Freiheit“ ist in der Bevölkerung nachweislich unverständlich und wird als abstrakt, hohl und realitätsfern wahrgenommen. Das Bürgerfeedback (u. a. aus dem Anregungs- und Beschwerdeausschuss, Social-Media-Kommentaren, Leserbriefen) ist verheerend.

Zitat: „Ich habe noch niemanden getroffen, der mit ‚Nähe trifft Freiheit‘ etwas anfangen kann.“¹ „Der Slogan lockt niemanden – er treibt Düsseldorfer eher weg.“


Als „hohlphrasige Image-Werbung“ bezeichnete ein weiterer Kritiker den Claim.²

Der Claim vermittelt keine greifbare Botschaft zur Lebensqualität, zu den Stärken oder zur Identität der Stadt. Weder „Nähe“ noch „Freiheit“ werden konkret mit Düsseldorf assoziiert.

Statt Sympathie zu erzeugen, verstärkt der Slogan das Bild einer abgehobenen Stadtgesellschaft, die 280.000 € für eine wenig geliebte Markenstrategie ausgibt – während Bürger mit Verkehrsproblemen, Parkplatznot und hohen Lebenshaltungskosten kämpfen.

Erfolgreiche Slogans wie „I AMsterdam“, „München mag dich“ oder „Köln – dat et Heimat“ sind einfach, emotional und einprägsam. „Nähe trifft Freiheit“ erfüllt diese Kriterien nicht. Die Fortführung des Slogans ist eine verschwendete Steuergeld-Ressource und kontraproduktiv für die Außenwahrnehmung. Ein Verzicht ist kostenneutral und schafft Raum für eine authentische, bürgernahe Neupositionierung.

Mit freundlichen Grüßen


Elmar Salinger
Fraktionsvorsitzender und Ratscherr
für die AfD-Ratsfraktion

Dr. med. Uwe Bresztowszky
Ratscherr

¹ https://www.designtagebuch.de/naehe-trifft-freiheit-duesseldorf-erhaelt-einen-neuen-markenauftritt/?utm_source=chatgpt.com

² https://rp-online.de/nrw/staedte/duesseldorf/duesseldorf-marketing-verteidigt-stadt-slogan-naehe-trifft-freiheit_aid-48747865
