

## PRESSEINFORMATION

### **Meilenstein: Suzuki hat weltweit mehr als 80 Millionen Automobile verkauft**

- **Rundes Absatzjubiläum knapp 70 Jahre nach Verkaufsstart erreicht**
- **Jeder zehnte Suzuki wurde in Europa zugelassen**
- **Suzuki Alto in 44 Jahren als globaler Bestseller etabliert**

**Bensheim, 11. Oktober 2023. Die Suzuki Motor Corporation erreicht den nächsten Meilenstein: In nicht einmal 70 Jahren hat der japanische Automobilhersteller kumuliert mehr als 80 Millionen Pkw (Stand Ende August 2023) weltweit verkauft. Mehr als ein Drittel des Absatzes (36 Prozent) entfällt dabei auf den Heimatmarkt Japan, ein weiteres knappes Drittel (32,3 Prozent) auf Indien. Jeder zehnte Suzuki wurde in Europa zugelassen.**

Den Anfang der Suzuki Automobile markierte der Suzulight, der im Oktober 1955 als erster japanischer Kleinwagen in Großserie eingeführt wurde. Vier Jahre später startete auch der Export und Verkauf in Übersee. Mit dem Modell begründete die japanische Automobilmarke ihre inzwischen weltweit anerkannte Expertise für kompakte Fahrzeuge, zu denen ab 1965 auch der Fronte 800 zählte.

Der Suzuki Bestseller ist der 1979 eingeführte Alto, der knapp 20 Prozent und damit ein Fünftel des kumulierten Gesamtabsatzes ausmacht. Der Kleinstwagen, der ursprünglich als Mini-Vehicle auf dem japanischen Markt startete, hat in 44 Jahren und mittlerweile neun Generationen weltweiten Kultstatus erworben – auch und gerade in Indien, wo er maßgeblich zur Beliebtheit der Marke Suzuki beigetragen hat.

Neben der Fertigung in Japan produziert Suzuki seit nunmehr fast 40 Jahren Autos auch im Ausland: Auf den Produktionsstart im Jahr 1975 in Pakistan folgten weitere Werke, unter anderem 1983 in Indien und 1992 in Ungarn. Auf dem indischen Subkontinent werden nicht nur die Fahrzeuge für den lokalen Markt gefertigt, sondern auch für den Export beispielsweise nach Afrika. Heute verfügt Suzuki über 15 Automobilproduktionsstätten in zehn Ländern inklusive der Heimat Japan. Suzuki Modelle werden in 184 Ländern und Regionen weltweit vertrieben.

„Wir sind dankbar für die vielen Kunden. Der Alto ist unser meistverkauftes Modell und hat sowohl für die Suzuki Kleinstfahrzeuge als auch für die Geschichte des Unternehmens eine wichtige Rolle gespielt“, erklärt Toshihiro Suzuki, Präsident und CEO von Suzuki. „Wir werden uns weiter bemühen, unsere Philosophie ‚Sho, Sho, Kei, Tan, Bi‘ (kleiner, weniger, leichter, kürzer und schöner) zum Ausdruck zu bringen. Wir werden umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen anbieten, die die tägliche Mobilität von Kunden auf der ganzen Welt unterstützen. Dabei sind wir stets bestrebt, ein zuverlässiger, kameradschaftlicher Lifestyle-Partner zu sein.“

## PRESSEINFORMATION

### Absatzentwicklung

10 Mio. Einheiten – Juni 1989  
20 Mio. Einheiten – Juni 1998  
30 Mio. Einheiten – Dezember 2004  
40 Mio. Einheiten – Mai 2009  
50 Mio. Einheiten – April 2013  
60 Mio. Einheiten – November 2016  
70 Mio. Einheiten – Januar 2020  
80 Mio. Einheiten – August 2023

### Die beliebtesten Suzuki Modelle

	Modell	Absatz (in Mio.)	Anteil
1	Alto	16,01	20,0 %
2	WagonR	9,5	11,8 %
3	Swift	8,95	11,2 %
4	Every	8,39	10,5 %
5	Carry	7,28	9,1 %
6	Vitara	3,95	4,9 %
7	Jimny	3,33	4,2 %

\*\*\*

### Ihr Ansprechpartner für redaktionelle Rückfragen:

Suzuki Pressestelle  
Suzuki-Allee 7 / D-64625 Bensheim  
Tel: +49 (0) 6251 5700-520  
E-Mail: [presse@suzuki.de](mailto:presse@suzuki.de)

### Über Suzuki Deutschland

Die Suzuki Deutschland GmbH ist ein 100-prozentiges Tochterunternehmen der japanischen Suzuki Motor Corporation mit besonderem Fokus auf Kleinwagen, Allrad- und Hybrid-Technologien. Im Jahr 1964 startete Suzuki hierzulande zunächst den Vertrieb von Motorrädern und Marineprodukten, bevor ab 1980 auch erste Suzuki Automobile auf dem deutschen Markt angeboten wurden. Heute steuert Suzuki Deutschland vom hessischen Bensheim aus die bundesweiten Aktivitäten der drei Geschäftsbereiche Automobil, Motorrad und Marine. Als mittelfristiges Ziel gilt ein Pkw-Marktanteil von 1,5 Prozent, im Motorradbereich werden mittelfristig vier Prozent Marktanteil angestrebt. Im Bereich Marine will Suzuki seine Position als einer der führenden Hersteller von Außenbordmotoren in Deutschland weiter stärken. Suzuki steht für Begeisterung, Bodenständigkeit, Wertigkeit, Sportlichkeit und Teamgeist. Um diese Werte auf die Straße zu bringen, orientieren sich sämtliche Fahrzeugkonzepte an den täglichen Bedürfnissen der Kunden – basierend auf jahrzehntelanger Erfahrung und Leidenschaft für Innovation. Seit 2023 fungiert Suzuki Deutschland als exklusiver Generalsponsor der Deutschen Triathlon Union (DTU), dem nationalen Triathlon-Sportverband. Im Zuge des Engagements tritt der japanische Mobilitätsanbieter als Titelsponsor des weltweit größten Triathlons auf, bei dem in Hamburg jährlich bis zu 10.000 Athletinnen und Athleten an den Start gehen. Daneben erstreckt sich das Engagement auf die deutschen Triathlon-Nationalmannschaften, die 1.

## PRESSEINFORMATION

Triathlon-Bundesliga, die TriathlonD Event-Serie sowie die Deutschen Meisterschaften im Cross-Triathlon und Cross-Duathlon. Seit der Saison 2023/24 ist Suzuki Deutschland als offizieller Premium- und Mobilitätspartner des Bundesligisten SV Darmstadt 98 außerdem im Profifußball vertreten und bekennt sich damit zur Region Südhessen rundum den Firmenstandort Bensheim.

Weitere Informationen sowie redaktionelles Bildmaterial sind zu finden unter [presse.suzuki.de](https://presse.suzuki.de)