

## PRESSEINFORMATION

### **„Waku Waku“: Suzuki startet Marketingkampagne zum neuen Swift**

- **Japanischer Begriff drückt Begeisterung, Spannung und Vorfreude aus**
- **Digitale Kampagne rückt den neuen Swift in den Fokus**
- **Kompaktwagen ab Ende April bei den deutschen Suzuki Händlern erhältlich**

**Bensheim, 3. April 2024. Vorfreude ist die schönste Freude: Zum Markstart des neuen Swift hat Suzuki Deutschland eine Marketingkampagne ins Leben gerufen, die sich rund um den japanischen Begriff „Waku Waku“ dreht. Übersetzen lässt sich der Ausdruck mit „Begeisterung“ oder „Spannung“, womit er ideal zur Einführung der siebten Generation des beliebten Kompaktwagens passt. Seit Kurzem kann der neue Swift konfiguriert und bestellt werden, in die Ausstellungsräume der deutschen Suzuki Händler rollt er Ende April.**

Wer vor Aufregung kaum schlafen kann, etwa weil am nächsten Tag etwas Großes ansteht, oder unmittelbar davor ist, ein Geschenk auszupacken, kann den damit verbundenen Gemütszustand ohne Umschweife mit dem japanischen Ausdruck „Waku Waku“ beschreiben. Wörtlich übersetzt bedeutet der Begriff so viel wie „positiv aufgeregt sein“, was zugleich mit Begeisterung und Spannung einhergeht. Suzuki Deutschland stellt den einprägsamen Ausdruck nun in den Mittelpunkt seiner Kommunikationskampagne für den neuen Swift.

„Mit dem Slogan und dem neuen Swift wollen wir eine breite Zielgruppe ansprechen“, sagt Marcell Goltermann, General Manager Sales & Marketing Automobile bei der Suzuki Deutschland GmbH. „Ob Jung oder Alt – jeder kennt das aufregende Gefühl echter Begeisterung, Spannung und Vorfreude. Daher haben wir uns als japanischer Automobilhersteller für einen in Japan gebräuchlichen Ausdruck entschieden, der auf besondere Weise den Suzuki Markenwert ‚Excitement‘ widerspiegelt. Der neue Swift soll genau dieses ‚Waku Waku‘-Gefühl bei potenziellen Kunden auslösen.“

#### **Fokus auf digitale Auspielungswege**

Die Einführungskampagne für den neuen Suzuki Swift setzt sich aus verschiedenen Maßnahmen zusammen. Das Herzstück bildet dabei eine groß angelegte Digitalkampagne, die bis 31. Mai 2024 läuft. Sie wird sowohl auf Social-Media-Plattformen als auch auf digitalen Außenflächen in mehr als 300 deutschen Städten ausgespielt. Hierbei kommt eine Vielzahl von Videoformaten und Online-Bannern zum Einsatz, die den neuen Kompaktwagen in Verbindung mit dem Ausdruck „Waku Waku“ zeigen.

## PRESSEINFORMATION

### **„Waku Waku“ beginnt ab 18.900 Euro**

Die siebte Generation des Suzuki Swift startet ab 18.900 Euro und ist in den drei bekannten Ausstattungslinien Club, Comfort und Comfort+ erhältlich. Kunden können sich bei den höheren Ausführungen optional für einen Allradantrieb oder ein CVT-Automatikgetriebe entscheiden.

Im Vergleich zur Vorgängergeneration hat Suzuki die Serienausstattung des Kompaktwagens deutlich aufgewertet. Bereits ab Werk verfügt der neue Swift unter anderem über einen 9-Zoll-Touchscreen mit Navigationssystem sowie kabellosem/kabelgebundenem Apple CarPlay<sup>1</sup> und Android Auto<sup>1</sup>, Keyless Start, einen adaptiven Tempomaten und LED-Scheinwerfer. Erstmals ist auch Suzuki Connect für den Swift verfügbar, sodass Fahrerinnen und Fahrer mithilfe der gleichnamigen Smartphone-App in Echtzeit beispielsweise die Türen aus der Ferne verriegeln oder die aktuelle Parkposition des Fahrzeugs ermitteln können.

In den höheren Ausstattungslinien ergänzen weitere Annehmlichkeiten wie eine Klimaautomatik mit Pollenfilter, ein Audiosystem mit sechs Lautsprechern, elektrisch anklappbare Außenspiegel mit Seitenblinkern oder polierte 16-Zoll-Alufelgen den Ausstattungsumfang.

Ein neu entwickelter 1,2-Liter-Dreizylinder-Benzinmotor mit DUALJET-Einspritzung und 61 kW/82 PS (Kraftstoffverbrauch in l/100 km: kombiniert 4,9-4,4; CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert in g/km: 110-98) sorgt für effiziente und verbrauchsarme Mobilität. Die Kraftübertragung erfolgt wahlweise über ein Fünfgang-Schaltgetriebe oder ein stufenloses CVT-Automatikgetriebe. Der Motor wird von einem 12-Volt-SHVS-Mildhybridsystem mit riemengetriebenem integrierten Startergenerator (ISG) unterstützt, das die beim Bremsen erzeugte kinetische Energie umwandelt und in einer Lithium-Ionen-Batterie speichert.

<sup>1</sup>Apple CarPlay ist eine Marke der Apple Inc., die in den USA und weiteren Ländern eingetragen ist. Android Auto ist eine eingetragene Marke von Google LLC.

\*\*\*

### **Verbrauchs- und Emissionsangaben:**

Kraftstoffverbrauch des neuen Suzuki Swift in l/100 km: kombiniert 4,9-4,4; CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert in g/km: 110-98.

Die angegebenen Verbrauchs- und CO<sub>2</sub>-Emissionswerte wurden nach dem vorgeschriebenen WLTP-Messverfahren ermittelt.

## PRESSEINFORMATION

\*\*\*

### Ihr Ansprechpartner für redaktionelle Rückfragen:

Suzuki Pressestelle  
Michael Krämer  
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. 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. 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)