



BUSINESS & LIFE

**A T S U M I
M A S A T O**

„A Suzuki stratégiája alaposan átgondolt”

**ÉLMÉNYDÚS ÉS
SOKOLDALÚ**

Itt az e VITARA!

EGY KIS NYÁRIDÉZŐ

Team Suzuki a Kékszalagon

VAN BARÁTOD

Új Vitara és S-CROSS
a vállalkozásban

TARTALOM

3

**Beköszöntő –
Várjuk 2025-ben is!**

4

**A Suzuki stratégiája alaposan
átgondolt**

*Interjú Atsumi Masatóval, a Magyar Suzuki Zrt.
vezérigazgatójával*



8

**Élménydús és sokoldalú
terepjáró**

Itt az e VITARA!

12

Nagyobbat ütnek, mint Tyson

*Újságírói vélemények az új Swiftről és a megújult
Vitaráról*

16

Team Suzuki

*A Suzuki vitorláscsapata derekasan helytállt az idei
Kékszalagon*

19

**Szép magyar sikerek a
Balatonon**

Beszámoló a Techno293 Szörf Világbajnokságról



21

Suzuki, a megbízható társ

*Két fiatal vállalkozás találkozása a Vitarával
és az S-CROSS-szal*

24

Hírek a Suzuki világából

Kedves Olvasó!



Köszönjük bizalmát! Várjuk 2025-ben!

A Suzuki 2024-ben minden szempontból sikeres évet zár. A személyautó-értékesítés piacán a Suzuki összesített első helyezésre számíthat: pillanatnyilag márkánk két húzómodellje dobogós helyen áll, a Vitara az első, az S-CROSS pedig a második helyet foglalja el.

Az igazi siker azonban a számok mögött rejlik, függetlenül a végeredménytől. Idén november 15-ig 13621 ember döntött úgy, hogy Suzuki modellt választ magának, családjának vagy vállalkozása számára. Magyarországon a legtöbben a Suzuki márkának szavaztak bizalmat.

Büszkeség és öröm – ezt minden munkatársam nevében mondhatom. Örülünk, hogy ismét ilyen sokan léptek be a Suzuki színes, aktív világába, és velünk tartanak mindennapjaik során – legyen szó munkáról vagy kalandokról, családi élményekről vagy szakmai sikerekről.

2025-ben a jól bevált hibrid modellpalettánk mellett elindulunk az Európai Unió által választott elektrifikáció útján. Első tisztán elektromos modellünk, az

e VITARA várhatóan áprilisban gördül le a gyártósorról, és számításaink szerint nyár végén érkezik meg az európai piacra. Ez a modell olyan génekkel rendelkezik, amelyek a siker zálogai lehetnek: funkcionális sokoldalúsága nemcsak magáncélra, hanem a tisztán elektromos piac 90%-át lefedő céges felhasználásra is számtalan előnyt kínál.

A Suzuki hibrid modellpalettája, kiegészülve a lenyűgöző e VITARA modellel, erős csapatot alkot. Lépjen velünk kapcsolatba, beszéljünk mobilitási céljairól, és garantáltan megtaláljuk vállalkozása számára az ideális modellmixet, miközben gondoskodunk a legkisebb ökológiai lábnyom eléréséről is!

Izgalmas utazásra hívjuk! Ismerje meg világunkat a Business&Life hasábjain, és csatlakozzon hozzánk, hogy egy év múlva is közös élményekkel gazdagodva, elégedetten értékelhessük az eltelt időszakot!

Ádász Sándor

flottaértékesítési vezető

**A SUZUKI MINDEN SZEMPONTBÓL
SIKERES ÉVET ZÁR.**

„ A SUZUKI STRATÉGÁJA ALAPOSAN ÁTGONDOLT ”



Interjú a Magyar Suzuki Zrt. vezérigazgatójával, Atsumi Masatóval

A Covid-járvány idején érkezett hazánkba, ahol kellemes benyomásokat szerzett a magyarok szervezőképességével és lojalitásával kapcsolatban. Atsumi Masato úgy látja, a Suzuki megfontoltan és jól nyit az új technológiák felé, és közben figyelembe veszi: nem biztos, hogy kizárólag az elektromos járműveké a jövő.

Vezérigazgató úr, mióta irányítja a Suzuki európai gyártóbázisát Esztergomban? Mesélne korábbi pozícióiról a Suzuki Motor Corporation-nél?

1987-ben közgazdászként diplomáztam a japán Nagoja Egyetemen, majd friss diplomásként csatlakoztam a Suzuki Csoporthoz. 2012-ben kerültem kapcsolatba az öreg kontinenssel. A Suzuki International Europe GmbH elnökeként irányítottam a vállalatcsoport teljes németországi tevékenységét, és az osztrák, finn, valamint a németországi motorkerékpár- és marine-ágazatokért is feleltem. 2018-tól a Suzuki Motor Corporation humánerőforrás-igazgatójaként folytattam pályafutásomat. Magyarországi kinevezésem előtt az európai személyautó-értékesítésért feleltem.

Amikor először Magyarországra érkezett, mi okozott kellemes meglepetést, és mit talált szokatlannak?

Amikor Magyarországra érkeztem a Magyar Suzuki Corporationhoz új megbízatásomra, épp a Covid-19-járvány közepén jártunk. Első benyomásom ezért főként a Magyar Suzukira és munkatársaira korlátozódott. Őszintén szólva aggódtam a járvány alatti utazás miatt, különösen frusztrált, amikor szembesültem a tokiói repülőtér ürességével. Azonban amikor biztonságban megérkeztem Magyarországra, és beléptem a vállalathoz, lenyűgözött, hogy a magyar csapat milyen profeszionálisan küzd meg a nehézségekkel, például a termelés felfüggesztésével. Emlékszem, amikor a magyar kormány lehetővé tette a vállalati oltási

kampányokat, csapatunk nagyon rövid időn belül vakcinákat és orvosokat szervezett, így a munkatársaink és még az itt dolgozó japán kollégáink is megkaphatták az oltásokat. Abban az időben Japánban ezzel szemben csak azok oltathatták be magukat, akiknek a Covid végzetes szövőd-ményekkel járt volna. Meghatott a magyar kollégák gyors és határozott döntéshozatala és tenni akarása. Japánban általában sok megbeszélés és egyeztetés előzi meg a döntéseket, időbe telik, míg megszületik a konszenzus. Az volt először kicsit a benyomásom, hogy Közép-Kelet-Európában lassan telik az idő, de amikor szükség volt rá, a magyar emberek és a kormány is lenyűgözött gyorsaságukkal.

Minden országnak megvan a maga egyedi jellege, számomra a táj adja meg egy ország hangulatát. Japán szigetország, kevés síksággal és sok hegygel, így ezek állandó részei a látképnek. Természetesen Esztergomban is látni a hegyvonalakat, de amikor Magyarországon autópályán vezetek, érzem, hogy a nagy síkságon autózom, és ez emlékeztet arra, hogy szigetről a kontinensre érkeztem, ami számomra szokatlan.

A Suzuki Motor Corporation az egész világon gyárt és értékesít gépjárműveket, így biztosan adódnak azonosságok az egyes gyáregységek között, de feltételezem, vannak helyi sajátosságok. Tudna pár példát mondani a Magyar Suzuki vonatkozásában? Mi volt a benyomása az itt dolgozókról? Miben különbözött ez a korábbi tapasztalatitól?

A Magyar Suzuki egy multinacionális vállalati rendszer része. Üzemeink központi modellel épülnek, és ez különösen igaz az esztergomi gyárra. A technológiai rendszer mindenütt azonos, a finomhangolás kölcsönös tapasztalatok alapján történik. Létezik olyan gyártási folyamat, amit az esztergomi példa alapján módosítottak az összes Suzuki-gyárban. Természetesen léteznek egyediségek, és valóban a kulturális különbségek is érezhetők. A magyar munkavállalók megbízhatóak és lojálisak. Számos munkatársunk a gyár 1991-es indulása óta velünk van, munkatársaink több mint fele pedig több mint 15 éve erősíti a csapatunkat.

Az esztergomi gyár a magyarországi értékesítés két zászlóshajóját, a Vitarát és az S-CROSS-t gyártja. Ebből jelenleg a Vitarát a Magyarországon legnagyobb számban értékesített személyautó, az S-CROSS a második, és kategóriájában piacvezető, összességében pedig a Suzuki a teljes személygépjármű szegmensben első az újautó-eladások terén, azaz piacvezető. Külföldön is ennyire népszerűek a hazánkban gyártott modellek? A Magyar Suzuki Zrt. csak Európába szállít autókat, vagy más kontinensekre is?

A magyar piac jól teljesít. Úgy tűnik, a magyarok kedvelik az itthon gyártott autókat. A Suzuki magyarországi piaci részesedése kiemelkedő az európai országokhoz képest. Az itthon gyártott modellek külföldön is népszerűek. Érdekességképp: a Vitarát a legnépszerűbb Suzuki-modell az észak-európai országokban. Talán nem fognak meglepődni, hogy Olaszországban melyik modellt a legkelendőbb: természetesen a Japánból származó Swift. Nemcsak Európába, hanem szinte minden kontinensre szállítunk a két esztergomi modelltől, összesen 123 országba. Ennek köszönhetően jobbkormányos verziót is gyártunk az esztergomi üzemünkben.

Az elektromos autók egyre nagyobb teret nyernek az európai piacon, és az aktuális uniós szabályok szerint 2035-től csak teljesen elektromos autók gyárthatók, belső égésű motorok nélkül. Mit jelent ez a Suzuki számára, és mikor várható az első elektromos autók Esztergomban?

Európa az elektromobilitásra szavazott. Szakmai viták folynak arról, hogy egy ilyen egyirányú elköteleződés ilyen szoros ütemterv mellett valóban



a legjobb megoldást nyújtja-e a piac számára, és hogy a gazdasági következmények nem lesznek-e inkább negatívak az európai autópiacon nézve.

A Magyar Suzuki az aktuális irányelveknek megfelelően alakítja európai gyártási tervét. Reálisan látjuk, hogy bár az elektromos autók térnyerése dinamikus fejlődik, a következő években még nem kap vezető szerepet a legújabb hibrid technológiák és a belső égésű motorok mellett. Éppen ezért fontos, hogy miközben haladunk az új technológiák felé, ne feledkezzünk meg a jelenleg gyártásban lévő két kiváló hibrid modellünkről, az S-CROSS-ról és a Vitaráról. Az elkövetkező öt évben elektromos modellek is bekerülnek a kínálatba a hazai gyártású modellek mellett. Hogy pontosan milyen gyorsan fog ez bekövetkezni, nagymértékben attól függ, hogyan fejlődik az elektromos modellek piaca Európában, de az első elektromos modellünket 2025-ben vezetjük be.

Korábban hallottunk arról, hogy a Suzuki komolyan elkötelezett a környezetvédelem iránt. Ismeretes, hogy Európa, köztük az esztergomi gyár is kiemelt szerepet játszik a globális stratégiában, amely a szén-dioxid-semlegesség elérésére és az ökológiai lábnyom csökkentésére irányul. Kifejtene, mit jelent ez Esztergom szempontjából?

A Suzuki Csoport 2050-re karbonsemleges üzemekkel és termékportfólióval szeretne jelen lenni mindenhol a világon. Éppen ezért anyavállalatunk tavaly év elején kihirdette 2030-ig tartó fejlődési

stratégiáját, ennek része az is, hogy elektromos autókkal bővíti a portfóliót.

Anyacégünk 2023 és 2030 között összesen 4,5 ezer milliárd jent fektet be, ebből 2 ezer milliárd jent kutatás-fejlesztésbe, 2,5 ezer milliárd jent tökeberuházásokba – elektromos akkumulátorgyárba, megújuló energiát termelő létesítményekbe. Ebből a 4,5 ezer milliárd jentből a tervek szerint 2 ezer milliárd jent elektrifikációval kapcsolatos beruházás lesz, ezen belül 500 milliárd jent akkumulátorokkal kapcsolatos beruházásra fordít. Számos olyan beruházás valósult meg Esztergomban, illetve további beruházásokat is tervezünk, amelyek a fenntarthatósági célokat támogatják. Februárban adtuk át saját napelemparkunkat. A teljes beruházás csaknem két évig tartott, 778 millió forintba (2 millió euróba) került, és éves szinten csaknem 270 millió forintot spórolunk meg a fejlesztés jóvoltából. Több mint 1700 tonnával csökkentjük a közvetett CO₂-kibocsátást. A napelempark mellett 2022 óta saját hőszivattyúk is segítik a termelés egyes részeinek hűtését és fűtését. A technológiai hővesztesség, a hulladék hő felhasználásával a termelési területeknél szükséges hűtéshez és fűtéshez járulnak hozzá, emellett a teljes gyár szociális meleg vizét is ezzel állítjuk elő.

A környezetvédelem nem áll meg ott, hogy a gyártás a lehető legkörnyezetbarátabb technológiát alkalmazza; a gyártott termékeknek, jelen esetben az autóknak is meg kell felelniük a legszigorúbb követelményeknek. Ön szerint a Suzuki modellpalettája kiemelkedő ebben a tekintetben?

A Magyar Suzuki is elkötelezett az elektromobilitás és az autópiacon zöld átállása mellett. Célunk, hogy a Suzuki Csoporton belül erősítsük a szerepünket, és minél több nemzetközi projektfeladatban részt vegyünk saját mérnöki állományunk igénybevételeivel. Úgy gondoljuk emellett, hogy a hibrid modelleket még igényli a piac. Esztergomi gyárunkban, az európai uniós fenntartható autózási törekvésekkel összhangban 2019 decemberében megkezdtük a Vitarát és S-CROSS-modellek hibrid változatainak sorozatgyártását az EU piaci számára, de az esztergomi modellek Magyarországon is hamar a vásárlók kedvencévé váltak.

A Suzuki stratégiája alaposan átgondolt. Olyan kiforrott technológiát vezetünk be piacaink, melyek biztosítják, hogy az adott modell hosszú

távon megfeleljen a legmagasabb elvárásoknak is. A Suzuki a teljes modellpalettáját olyan hibrid hajtástechnológiával és alacsony fogyasztású belső égésű motorral látta el, amely kiemelkedően alacsony fogyasztást biztosít az autóknak, így a lehető legkisebb mértékben terheli a környezetet. Azzal, hogy az autóink szervizigénye jóval alacsonyabb, életciklusuk pedig hosszabb az átlagosnál, szintén csökkentjük a környezeti terhelést. Nem szabad elfelejtenünk, hogy még nem tudjuk a pontos választ, egy hibrid vagy egy elektromos autó ró kisebb terhet a környezetre a teljes életciklusa alatt. Feltehetjük a kérdést, hogy egy ultrakönnyű, akár 3,4 literes fogyasztást is produkáló városi hibrid, mint a 2024-es Swift, vagy egy háromszor nehezebb, méretes akkupakkokat cipelő elektromos SUV terheli-e jobban a környezetünket.

A Suzuki Motor Corporation hatalmas energiát fektet más környezetbarát technológiák kutatásába, fejlesztésébe, hiszen mára már tudható, hogy önmagában az elektromos hajtású gépjárművek nem tudják majd megoldani az összes mobilitással kapcsolatos kihívást. Kijelenthetjük, hogy a Suzuki eddig is és a jövőben is gondoskodik róla, hogy vevőinek a legmodernebb, környezetkímélő technológiákat, biztonsági rendszereket és kényelmi funkciókat felsorakoztató modelleket szállítsa.

ATSUMI MASATO KEDVENCEI

Könyv	olvasmányos szociológiai és történelmi könyvek
Zene/zenekar	1980-1990-es évek japán popzenéje, klasszikusok és opera (különösen az olasz)
Város	Párizs, ahol feleségemmel az esküvőnk után kezdtük közös életünket
Étel	francia és olasz „őszintén szólva csak otthon, Japánban eszem japán ételeket,
Sport	kocogás
Autószín	fehér
Évszak	nyár Európában, ősz Japánban

ÉLMÉNYDÚS ÉS SOKOLDALÚ TEREPJÁRÓ: MEGÉRKEZETT AZ E VITARA!

A Suzuki Motor Corporation november 4-én Milánóban mutatta be első sorozatgyártású elektromos járművét. A modell gyártása 2025 tavaszán kezdődik.



Az e VITARA jövő nyár végén kerül piacra Európában, picit később Ázsiában, majd a világ többi részén.

Az e VITARA alapját az „eVX” nevű koncepciómodell adja, amelyet először a 2023 januárjában megrendezett indiai Auto Expón mutattak be, majd ugyanebben az évben a JAPAN MOBILITY SHOW-n is szerepelt. Ez a Suzuki első globális BEV modellje, mely stratégiai jelentőségű a vállalat számára.

Az e VITARA az „Élménydús és Sokoldalú Terepjáró” koncepció mentén készült, és a legújabb technológiákat ötvözi az erőteljes megjelenéssel. Az autó lendületes vezetési élményt kínál, amit az „ALLGRIP-e” elektromos 4WD rendszer tesz teljessé. Ez a rendszer nemcsak a már jól bevált terepjáró képességeket, hanem kivételes teljesítményt is biztosít a modellnek. Az új „HEARTECT-e” platformot kifejezetten elektromos járművekhez fejlesztették ki.

AZ E VITARA FŐBB JELLEMZŐI

MODERN MEGJELENÉS ÉS SUV-ERŐ KOMBINÁCIÓJA

A „High-Tech & Kaland” elv mentén történő tervezés ötvözi a modern elektromos autó megjelenést az SUV-k robusztusságával, kalandvágyat ébresztve az autózás iránt. A modellt nagy átmérőjű gumibroncsok és hosszú tengelytáv jellemzi, míg a belső térben a „High-Tech & Kaland” tematikát tükröző korszerű kijelző és robusztus megjelenésű panelek, valamint középkonzol található.

HATÉKONY ELEKTROMOS HAJTÁSLÁNC EAXLE-LEL ÉS LÍTIUM-VAS-FOSZFÁT AKKUMULÁTORRAL

Az elektromos hajtáslánc magában foglalja az eAxle-t, amely egyesíti a motort és az invertert, míg a lítium-vas-foszfát akkumulátorok megbízhatósá-



got és biztonságot nyújtanak. Az autó élénk gyorsulást biztosít álló helyzetből, és lendületes gyorsítást tesz lehetővé bármilyen sebességnél.

KÉT FÜGGETLEN E-TENGYELLYEL MŰKÖDŐ „ALLGRIP-E” ELEKTROMOS 4WD RENDSZER

Az „ALLGRIP-e” elektromos 4WD rendszer a Suzuki négykerék-meghajtási szakértelmét hasznosítja, két független eAxe tengellyel. Ez a rendszer nemcsak nagy teljesítményt nyújt, hanem gyors reakciókat és pontos irányíthatóságot is lehetővé tesz. A „Trail” üzemmód megkönnyíti a nehéz terepen való haladást a kipörgő kerekek fékezésével és a nyomaték elosztásával.

KIFEJEZETTEN ELEKTROMOS JÁRMŰVEK-HEZ TERVEZETT „HEARTECT-E” PLATFORM

A Suzuki által fejlesztett Heartect könnyű szerkezetű alváz-technológia legújabb, kifejezetten elektromos változathoz tervezett változata, nagyfeszültségű védelemmel ellátott, és rövid túlnyúlásai miatt tágas belső teret kínál. Az akkumulátor kapacitását tovább növeli, hogy az alsó padlólemezről elhagyták az alsó merevítő elemeket.

Toshihiro Suzuki, a Suzuki Motor Corporation elnöke a milánói bemutatón elmondta: az e VITARA a cég első BEV modellje, amelyet hosszas kísérletezés során fejlesztettek annak érdekében, hogy könnyen használható elektromos járművet biztosítsanak a vásárlók számára. „A karbonsemleges társadalom

megvalósításához különféle megoldásokat kínálunk, ideértve az akkumulátoros elektromos járműveket (BEV), a hibrid járműveket és a sűrített földgáz (CNG) meghajtású járműveket, igazodva a különböző régiók igényeihez – fogalmazott Toshihiro Suzuki. – Az e VITARA bevezetése fontos lépés a fenntarthatóság felé vezető úton, hiszen az új modell bevezetése után megkezdjük BEV kínálatunk bővítését, hogy olyan mobilitási megoldásokat nyújtsunk, amelyek az egyes országok és régiók sajátos igényeire szabottak.”

Az e VITARA főbb műszaki adatai (európai specifikáció)

Akkumulátor kapacitása (kWh):

49 (2WD) és 61 (2WD és 4WD)

Hosszúság: 4275 mm

Szélesség: 1800 mm

Magasság: 1635 mm

Tengelytávolság: 2700 mm

A legkisebb fordulókör sugara: 5,2 m

Ülések száma: 5

Fékek: elöl-hátul hűtött tárcsafék

Abronsz: 225/55 R18, illetve 225/50 R19

(modelltől függően)



e VITARA



SUZUKI



NAGYOBBAT ÜTNEK, MINT TYSON

A Suzuki új, negyedik generációs Swift és megújult Vitara modelljei az autós újságírók tetszését is elnyerték.

Íme egy kis gyűjtés a pozitív visszajelzésekből!

„FOGYASZTÁSA ILLIK A SWIFTEK LEGENDÁS TAKARÉKOSSÁGÁHOZ.”

„Jól összerakták Japánban az autó utasterét a kemény műanyagokból, és a remek térkihasználás is a japán iskolát hozza. A kategóriatársaknál 10-18 centivel rövidebb autóban simán befértem a saját 190 centis porhüvelyemre beállított első ülés mögé, a térdem még épp nem ért hozzá az üléstámlához.”

„Üdítően analóg és egyszerűen használható kisautó maradt a Swift. Igazi, karos kézifék van benne. Könnyedén, lazán fut a tesztelt Suzuki Swift, fordulékonyasága és a változtatlanul 9,6 m átmérőjű fordulókör kezessé teszi.”

Szörényi András,
Vezess.hu



„DE MOST KOMOLYAN, VAN OLYAN EMBER, AKI NEM SZERETI A SWIFTET?”

„Ebben az autóban nagyon gyakran tudsz mosolyogni! Ugyanis az 1 tonna alatti tömeg ezzel a kis fickós, háromhengeres motorral, ami szívómotor és végtelenül egyszerű, ötsebességes váltóval kombinálva, olyan kis fűrge – megjegyzem, a „swift” azt jelenti, hogy fűrge –, olyan kis fűrge karaktert ad, ami végig mosolyt csal az arcodra. Ez az, amit valójában a vezetés tiszta élményének hívunk...”

AutóSámán, YouTube

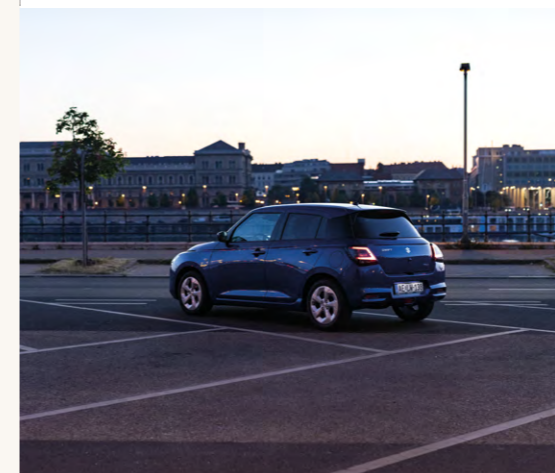
„EGYSZERŰSÉGÉBEN LENYŰGÖZŐ.”

Az új színek viszont nagyobb ütnek, mint Tyson: a Cool Yellow Metallic egy üdvözlendően pasztell, zöld és sárga közt billegő határeset, amihez hasonlót 10 éve nem láttam új autón, de az új sötétkék és a piros is zseniális, illetve a Suzukihoz híven megvannak a fekete tetejű, kéttónusú fényezések, amik még jobban kiemelik az autó vállas-kalapos, kettéosztott formatervét.”

„Amilyen könnyedén elindul, amilyen közvetlenül reagál a kormánymozdulatokra, komolyan mondom, csak egy körforgalomból élmény kijönni vele, annyira jólesnek vele a terhelésváltások, de még a kigyorsítások is, az első három fokozatban konkrétan fickósnak is mondanám az autót, pedig a 12,5 másodperces 0-100 km/h szinte értelmezhetetlen a mai autók közt, én ezt mégsem bánom egy percig sem.”

„A Swift alapvetően nem egy autópálya-takarító, cserébe kéjleghetünk a fogyasztáson, a tesztút során szinte mindenkinek 5 alatt maradt az átlagfogyasztás.”

Szentkúti Ákos, Totalcar





**„ELŐLRŐL
NEM NÉZ KI
ROSSZUL, MÉG
MINDIG FIATALOS,
HA PEDIG MEGNÉZZÜK
OLDALRÓL, SPORTOSABB-
NAK HAT AZ AUTÓ.”**

„Középen három légbefúvó-hely van, ebből ket-
tő légbefúvó, középen pedig egy kamera kapott
helyet, ez figyel, mennyire vezetünk éberem,
mennyire vagyunk fáradtak, hogy pislogunk.”

Tamás Zsolt, T., YouTube

„A Suzuki Vitara gigantikus telitalálat: gyakorlatilag a megjelenése óta töretlen a népszerűsége Magyarországon. Az Esztergomban gyártott Vitara sikere ugyanakkor nem meglepő: a konkurenciához képest elég olcsó, miközben rendkívül megbízható, ráadásul még jól is néz ki.”

„Belül a leglátványosabb újdonság az új, 9 colos érintőképernyő, azon kívül a beltér alig változott. Fejlődtek viszont a Suzuki szerint a vezetéstámogató rendszerek, ami szintén jó hír. Megjelent továbbá a Suzuki Connect: egy mobilalkalmazással sok hasznos adatot távolról is lekérhetünk, többek között azt is, hogy a parkolóban épp hol áll az autó.”

Jakusovszky Kristóf, Totalcar

Index

„Lehet vele nyugodtan, körültekintően, »nyugdijas« tempóban közlekedni, de alkalmas dinamikus haladásra is. Részemről ez is piros pont. Ja, és a fogyasztása is klassz, nálam nem ment 6 liter fölé az átlag, sok városi araszolással sem.”

Vezess.hu



DEREKASAN HELYTÁLLT A KÉKSZALAGON A TEAM SUZUKI

A Balatonon 1934 óta rendezik meg a tókerülő vitorlásversenyt, amely idén nyáron az 56. alkalommal indult el. A Team Suzuki hatodikként ért célba. Az eredményre méltán lehetünk büszkék.

Ötszázötven hajó állt rajthoz a tókerülő megmérettetésen, hogy Balatonfüredről indulva leküzdje a légvonalban 150 kilométeres, a valóságban ennél természetesen jóval hosszabb távot. A 2022-ben és 2023-ban is győztes Fifty-Fifty idén is toronymagas esélyesnek számított (ha nem is simán, de meg is nyerte a futamot), míg a HUN3 Team Suzuki katamaránja az első ötbe akart bekerülni. Ami kevés híján sikerült is.

A szélsőséges idő ellenére is kiemelkedően izgalmas futamon a Team Suzuki végig az élbolyban volt, az AC45-ös katamarán sokáig a negyedik helyen szelte a habokat. A hajrában aztán ketten is megelőzték, így végül hatodikként, 12 óra 45 perc 3 másodperces eredménnyel zárta a versenyt.

A Suzuki marketingvezetője szerint a helyezések egyáltalán nem okozott csalódást. „Mi a képernyő-

kön keresztül, élő közvetítésben figyeltük az embert próbáló futamot – értékelt Varga András –, amelyet kitartó munkával és ügyes manőverekkel teljesítettek a fiúk. Kélevezett küzdelemben és egy drámai hajrában végül a 6. helyre futott be a csapat, amire méltán lehetünk büszkék. A technika és a csapat egyaránt bizonyított, a bizalom és a kiemelkedő teljesítmény diadala egy ilyen eredmény, jól illeszkedik a Suzuki új, dinamikus márkaimázsába.

A Team Suzuki csapat vezetője, Bűki Gábor elmondta: a tóra nagyjából másfél évtizede érkeztek meg a katamaránok és a trapézos hajók, ezért váltottak ők is többtestű hajóra – egytestűvel már nem tudnak konkurálni a fő esélyesekkel, márpedig ők mindig nyerni szeretnének, ezért dolgoznak a továbbiakban is. A Team Suzukiban több magyar bajnok, válogatott és világbajnok vitorlázó is van,



akiknek lényegében újra kellett tanulniuk vitorlázni a katamaránon – egy ilyen hajó, ha jól eltalálják a szélirányt, akár 60 km/órás sebességre is képes, ami a víz közegellenállását is számolva olyan sebességnek felel meg, mintha szárazföldön 300-zal repesztene valaki motorral. Profinak, felkészültnek és nagyon jónak kell tehát lenni, mert egy hiba nemcsak a legénységre veszélyes, de nagyon komoly anyagi károkat is okozhat.

Bükiék először 2017-ben vettek részt katamaránnal a Kékszalagon. Arról, hogy egy akkora márka állt be a csapat mögé, mint a Suzuki, Büki így vélekedik: „A vitorlázás technikai sport, így az elmúlt 1-2 évtizedben nagyban hatott rá a technológiai, informatikai fejlődés. Egyre jobb anyagokból, egyre hatékonyabb felszerelések, kiegészítők készülnek, a hajók tervezése és kivitelezése terén is robbanásszerű az átalakulás. Ha ma veszel egy apró eszközt, az holnapra elavulttá válik, ha megsérül, eltörik, ami gyak-

ran előfordul a vízen, már nem érdemes megjavítani, inkább megéri újat, jobbat venni, mert évente dobnak piacra egy modernebb, nagyobb tudásút ugyanaból. Egyébként ilyen módon a vitorlázás nagymértékben hasonlít az autógyártáshoz, a katamaránózás az autóversenyzéshez. Az, hogy idéntől a Suzuki adja a »hátszelet«, számunkra a biztonságon túl azt jelenti, hogy a technológiai fejlődés végre összekapcsolódhat a csapattagok tudásával, teljesítményével, és a kettő harmóniája mindkét felet előre repítheti.”

Az együttműködés bizonyította, hogy a Suzuki aktív arcának kommunikálása építi a márka megítélését. A Team Suzuki-kooperáció ihlette a Suzuki Adventure életre hívását is, ahol a modellpaletta kalandok során mutatja legjobb formáját, és ahogy a Team Suzuki esetében, az ember uralta technológia és a járművel kialakult elmélyült kapcsolat adja a tartalmak különlegességét. (Suzuki Adventure-ről szóló anyagunkat lásd a Life-blokk 4. oldalán!)

NAGY SIKER VOLT A NYÁRI SUZUKI TECHNO293 SZÖRF VILÁGBAJNOKSÁG

Július 20–28. között Balatonföldváron rendezték meg a Suzuki Techno293 Szörf Világbajnokságot, a tó történetének eddig legnagyobb szörfversenyét. Az eseményre a világ minden tájáról összesen 330 versenyző érkezett, a magyar résztvevők száma meghaladta a negyvenet.



SUZUKI, A SOKOLDALÚ TÁRS

Fónyad Dorottya, a Dora Natura alapítója, és az eгри Havas és Tímár Borászat Suzukival kialakított együttműködése minden fél számára gyümölcsöző. Ha valahol, a Suzukinál tudják: egy vállalkozást nem elég elindítani és sikerre vinni, de folyamatosan nyitottnak kell lenni az újításokra is.

A Techno293 egy speciálisan fiatal versenyzőknek tervezett vitorlásdeszka, amely könnyen kezelhető és stabil, előnye, hogy gyakorláshoz és versenyzéshez is használható, illetve különböző vízviszonyok között is megállja a helyét. Napjainkra több tízezer Techno293 vitorlázik már a világon, és 2007 óta minden évben világbajnokságot rendeznek.

Az ideai megmérettetést az International Windsurfing Association (IWA) és a Magyar Szörf Szövetség (MSZSZ) közösen szervezte, az esemény névadója pedig a Suzuki. A Suzuki márka aktív arcát jól mutatja a sportághoz kapcsolódás, a szörfözés a

versenyvitorlázásnál kevésbé költségigényes, így szélesebb réteget szólíthat meg.

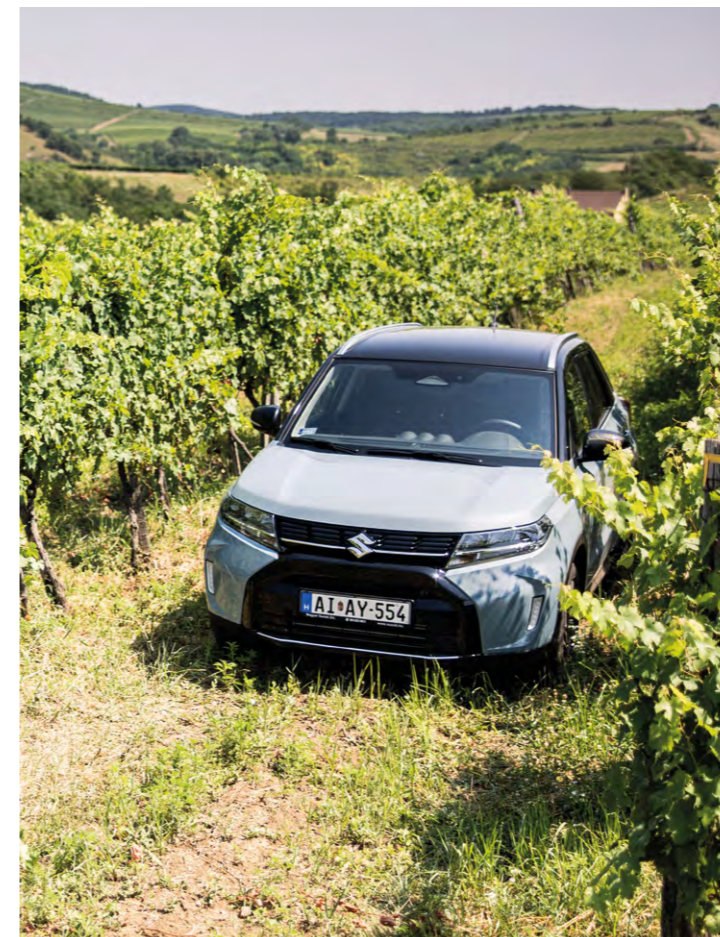
Az U13-as, U15-ös, U17-es és Technoplus kategóriákban lebonyolított verseny kiváló hangulatban, jó szél mellett zajlott, szép magyar sikerekkel. A férfiak legfelső kategóriájában, a Techno Plusban Gerlits Kristóf összetettben a negyedik lett, a női Techno Plusban pedig Bócsa Bori a fantasztikus harmadik helyet szerezte meg. Az U17-esek között Jancsó Kristóf kilencedikként, míg az U15-ös lányok mezőnyében Gádorfalvi Dalma az előkelő ötödik helyen végzett.

Egy vállalkozó, főleg, ha egyedül, vagy csak kevés emberrel üzemelteti cégét, napi szinten küzd meg a legkülönfélébb kihívásokkal. Ehhez elengedhetetlen egy olyan autó, amelyre minden helyzetben lehet számítani. Két sikeres és innovatív magyar vállalkozás, a Dora Natura, illetve a Havas és Tímár Borászat egyaránt ilyen szemmel tesztelte a Suzuki Vitara és S-CROSS modelljeit.

MÉRÍTENI AZ ŐSI TUDÁSBÓL

Ha valaki maradandót és értékeset akar alkotni, bátran építhet – egyes elemeket megújítva, korszerűsítve – a hagyományos értékekre és a régiek tudására is. Ezt képviseli a Suzuki is, így nem véletlen, hogy az autómárka és a Dora Natura egymásra talált.

Fónyad Dorottya egy barátnőjével, kisgyerekes anyukaként alapította meg cégét tíz évvel ez-



előtt. Fő célként az lebegett a szemük előtt, hogy természetes készítményekkel ápolják a gyermekek bőrét, és ezt lehetővé tegyék mások számára is. Garázscégből komoly vállalkozássá növe szakmai elismerések sorát kapták, és idővel nemcsak a babáknak, de az édesanyáknak is elkezdtek termékeket kínálni.

Fónyad Dorottya állítja: nem találták fel a spanyolviaszt, az ősi tudásból merítve alkotják meg termékeiket, amelyeket praktikus, szép csomagolásban kínálnak vevőiknek. A cégvezetés, a sok tárgyalás, a termékminták szállítása olyan autót kíván, amely kényelmes, praktikus, biztonságos, kellően reprezentatív, de van benne elegendő tér is, ha el kell helyezni benne néhány kozmetikumot tartalmazó dobozt. Fónyad Dorottya úgy véli, a Suzuki S-CROSS-nál tökéletesebb, minden igényét kielégítő kocsit nem is találhatott volna.

TRAKTORNYOMOS UTAKON

Az Egri Borvidék feltörekvő borászata, a Havas és

Tímár Borászat bio- és natúrborokat készít, és két barát – a két névadó – szerelemprojektjeként indult. Az első szüret, 2008 óta sokat fejlődtek, ma – főként a felső kategóriás borok területén – egyre nagyobb szeletet hasítanak ki termékeikkel a piacból.

Megfelelő géppark nélkül lehetetlen a hatékony termelés és értékesítés, ezért egy ilyen cégnek olyan multifunkcionális járműre van szüksége, amely nem riad vissza a traktornyomos dűlőutaktól és a borosrekeszektől sem, de hatékonyan vesz részt a salestevékenységben is.

A másfél hektár saját, valamint 4-5 hektárról vásárolt szőlővel dolgozó pincészet, ahol évente körülbelül 15-16 ezer palack bor készül, a Suzuki Vitarában rátalált arra az autóra, amely minden igényüket messzemenően kielégíti. „Évi 40-50 ezer kilométert teszünk meg általában – mondta egy interjúban Havas Balázs tulajdonos –, ezért úgy gondolom, hogy egy négykerék-meghajtású Suzuki Vítara jó választás lehet, amely egyfajta harmadik partnerként tudná segíteni a munkánkat.”





BEMUTATTÁK A SUZUKI TÍZÉVES STRATÉGIÁJÁT

A Suzuki Motor Corporation nyáron mutatta be a vállalat tíz évre szóló technológiai stratégiáját. Ennek fő célkitűzése, hogy olyan technológiát alkalmazzanak, amely minimalizálja az energia-felhasználást a gyártástól egészen az újrahasznosításig. A stratégia egyik sarokpontja a könnyű járművek gyártása – ami egyébként is a Suzuki védjegye –, mivel minél könnyebb egy autó, annál kisebb szén-dioxid-terheléssel jár az előállítása. A könnyű karosszériák mellett a cégnél kiemelten figyelnek arra, hogy autóik egyben a legszigorúbb biztonsági követelményeknek is megfeleljenek. Ugyanilyen fontos stratégiai cél a megbízható, mindenki számára elérhető elektromos autók gyártása – az e VITARA-t épp nemrég mutatták be Európában is (lásd cikkünket a Business magazin 8. oldalán!). A Suzukinál a technológiai stratégia értelmében ezenkívül kiemelten figyelnek a takarékos motorok fejlesztésére, a minél inkább karbonsemleges üzemeltetés lehetőségeire, illetve arra, hogy az általuk gyártott járművek újrahasznosítása a lehető legkönnyebben és leghatékonyabban végrehajtható legyen.



RANGOS DÍJAT NYERT A SWIFT

A Suzuki Swift nyerte el az RJC, a japán autós újságírók társaságának 2025-ös Év autója díját. Az indoklásból kiderül: a negyedik generációs Swift olyan kompakt személyautó, amely folyamatosan fejlődött az „energikus és könnyű” koncepció jegyében, játékos élménnyé téve a mindennapos közlekedést. A méltatásban kiemelték, hogy a vezetési élményt tovább fokozzák az új Swiftben alkalmazott biztonsági és kényelmi fejlesztések. A modellből húsz évvel ezelőtti bevezetése óta világszerte nagyjából 9,54 millió darabot adtak el. „Az új Swift – fogalmazott a díjat odaítélő szervezet – sikeresen újította meg az elődeitől örökölt stílusos dizájnt és sportos vezetési élményt.” A Suzuki az elmúlt évtizedekben többször is elnyerte az RJC rangos elismerését: 1993-ban a WagonR, 2014-ben a Hustler, 2015-ben az Alto lett az év autója, míg a Swift eddigi minden generációja részesült a kitüntetésben.

IMPRESSZUM

BUSINESS&LIFE
magazin

2024., 2. szám

A Magyar Suzuki Zrt. kiadványa.

Esztergom, Schweidel József u. 52., 2500

Felelős kiadó: Varga András, marketingvezető

Megjelenik a Central Média csoport Zrt. gondozásában.

Vezérgazdátó: Varga Zoltán

Tartalom: PR-Agent Communications Kft.

Ügyvezető igazgató: Soós Eszter Zsuzsanna

Nyomdai kivitelezés: Central Dabasi Nyomda Zrt.

Megjelenik 3500 példányban.

Borítófotók: Emmer László

További képek: Borsi Gergő, Molnár Bendegúz, Emmer László, Kollmann András, Hegyi Júlia Lily, Lásbas Viki, Magyar Szórf Szövetség, 194348351 © Rudolf Ernst | Dreamstime.com, Vincze Liza, Biczó Bence

 **SUZUKI**

BUSINESS & LIFE

**A LEGENDA
TOVÁBBÉL**

Érkezik a Suzuki első
tisztán elektromos modellje



**LÁBAS VIKI ÉS
A SUZUKI**

Kölcsönösség és figyelem

**JÓ ÉRZÉS TARTOZNI
VALAHOVÁ**

Kerekasztal-beszélgetés
Szabó Kimmel Tamással
és Varga Andrással

SUZUKI ADVENTURE

6 kerékkal a Stelvio-hágón

TARTALOM

3

Beköszöntő – A legenda tovább él!

4

Suzuki Adventure

Vitarával Európa egyik legizgalmasabb magashegyi útvonalán, a Stelvio-hágón

10

Nem ismer akadályt

A DL 1050, a Suzuki sportos és jól irányítható nagyvasa

11

Főnök úr és Negyed Misi akcióban

A mesterséges intelligencia is részt vett a Suzuki forradalmi kampányában

12

Hétköznapi hősök nyomában

Két médiaszemélyiség, két fontos ügy

14

Lábas Viki & a Suzuki

Kölcsönösség és figyelem, avagy mit tanulhatunk Japántól?

17

Felnőtteknek Kulka, gyerekeknek Rémusz bácsi

Csujka Imre kulturális ajánlója – karácsonyra is

18

„Jó érzés tartozni valahová”

Kerekasztal-beszélgetés Szabó Kimmel Tamás, Varga András és Galambos Márton részvételével

21

„Régen voltam ennyit színházban”

Szabó Kimmel Tamás kulturális ajánlója

22

Ki a természetbe!

A Suzuki ötletes és igényes termékeivel igazán élvezhetjük a telet

24

Suzuki Connect

Ha kényelemre és nyugalomra vágyik, jó társa a Suzuki applikációja

Kedves Olvasó!



A legenda tovább él!

Jól emlékszem, amikor 2014-ben a Suzuki egyik már akkor közkedvelt modellje hatalmasat lépett: az addig 4X4 tudása miatt tisztelt terepjáró városi SUV formát öltött. Jöttek az aggodó hangok, és volt, aki egyenesen leírta a Vitarát. A modell azonban 2024-ben is érmes helyen áll a hazai újautó-értékesítés képzeletbeli dobogóján. Az időközben minden fontos kényelmi és biztonsági funkcióval felvértezett, gazdájával a Suzuki Connect applikáción keresztül kapcsolódó, AllGrip intelligens 4X4 meghajtással elérhető Vitarára várhatóan még évekig elkísér minket hibrid és lágyhibrid hajtásával.

Újságíró barátaink sokat találgatták, hogy vajon a Suzuki milyen néven dobja piacra első tisztán elektromos modelljét. Örömmel jelentem, hölgyeim és uraim, hogy a vadonatúj modell a keresztségekben az e VITARA nevet kapta. A Suzuki a magyar piacon is legnépszerűbb B-SUV kategóriában lép porondra, biztosítva ezzel, hogy valóban a legtöbb felhasználói igényre, és ami a legfontosabb, bolygónk

már-már szó szerint égető kérdésére – a környezeti fenntarthatóságra – a márka határozott, pozitív választ adjon (a vállalat fenntarthatósági stratégiájáról is olvashat a Business-laprész hasábjain).

A milánói bemutatón közeli ismeretséget köthettem az autóval. Azzal a meggyőződéssel gazdagodtam, hogy az e VITARA vérbeli Suzuki, amely minden apró, minőségben kidolgozott részletével készen áll arra, hogy a tisztán elektromos hajtású autók piacának egyik legizgalmasabb, legsokoldalúbb, mégis legracionálisabb modellje legyen. A Vitará legenda az elektromos érában is tovább él, és szíveket hódít meg!

Kellemes időtöltést kívánok Önöknek a Suzuki aktív világában! Kívánom, hogy hasonlóan izgalmas élményekben legyen részük, mint amit a magazin hasábjain is olvashatnak!

Varga András
marketingvezető

**A Z E V I T A R A V É R B E L I
S U Z U K I .**



Suzuki Adventure

VITARÁVAL A STELVIO-HÁGÓN



Budapesttől mintegy 900 kilométerre található Olaszország legmagasabban (2757 méteres magasságban) fekvő hegyi közúti hágója, amely egyben az egész Alpok, valamint Európa második legmagasabban fekvő, aszfaltozott, autóval járható hágóútja.

A Stelvio-hágó (németül Stilsfer Joch) május végétől novemberig áll nyitva a nagyközönség előtt – mivel a táj gyönyörű, a szakasz pedig különös kihívást jelent, a túraautósok, -motorosok és -kerékpárosok kedvelt célpontja, amelyet rendszeresen útba ejt a Giro d'Italia kerékpárverseny mezőnye is.

A 2500 munkás által öt év alatt megépített, 49 kilométeres útszakasz valódi mérnöki mestermű, a neves útépítő mérnök, Carlo Donegani legismertebb munkája. 1825-ben adták át, vagyis jövőre ünnepli kétszáz éves fennállását.

A Stelvio-hágónál méltóbb helyszínt keresve sem találhatunk, ha egy nehéz utak legyőzésére szánt autót akarunk tesztelni. A Suzuki Vitara márpedig, amellet, hogy magabiztosan mozog városi, épített környezetben, éppen ilyen jármű: megbízható, könnyen kezelhető, és nem ismer lehetetlent.

A megújult Suzuki Vitarát augusztus végén csapatával Borsi Gergő ötszörös magyar bajnok autóversenyző vitte el Európa egyik legizgalmasabb hegyi útvonalára. A tapasztalt sofőr a Vitarával párhuzamosan egy Suzuki DL 1050 túraenduro-motort is tesztelt (motoros kalandjairól lásd cikkünket a 10. oldalon!).



Mivel a túra nyár legvégére esett, várható volt, hogy a résztvevők ízelítőt kapnak az Alpok 2000 méter feletti régióiban uralkodó szeszélyes időjárási körülményeiből is – ez be is következett, amitől csak még kalandosabb és kihívásokban gazdagabb lett a túra.

„Miután átvettem a tesztjárműveket, átgondoltam, mit is szeretnék magammal vinni az útra – idézte fel a nyár végi kaland kezdetét Borsi Gergő. – A Suzuki Vitarával nem volt túl sok dolgom, hiszen a megbízhatóságáról híres autót csak tankolni kell, a többiről ő gondoskodik majd.”

Az utazás a Budapest–Ráabafüzes közötti etappal indult, ami, mint Borsi Gergő fogalmazott, könnyen emészthető előételnek bizonyult. Ezután következett az első aktív túranap, amelyen a stáb 436 kilométert tett meg, eljutva a kelet-tiroli Hochstein településig. Másnap kora reggel Borsi Gergő átült a Vitarába (az előző napot a motor nyergében abszolválta, a Suzuki városi terepjáróját társa, Molnár Bendegúz vezette). Itt a legjobb, ha átadjuk a szót Borsi Gergőnek: „Korábban keltem, mint a többiek, mert ki szerettem volna próbálni az Alpok szerpentinjein a Vitarát is. Csak remélni tudtam, hogy elhiszi nekem a vadonatúj Vitará fáradtságfigyelő rendszere, hogy valóban kipihentem magam az éjjel. A kora hajnali autózás az üres, nedves utakon, a harmatos fák között igazán felemelő ér-





zés volt. Tudtam, hogy az 1250 kilogramm súlyú autó a 235 Nm-nek köszönhetően nagyon jól fog mozogni ebben a környezetben. Az 1.4-es BoosterJet motor karakterisztikája a turbónak köszönhetően egész alacsony fordulatszámon biztosít elegendő teljesítményt és nyomatékot, ami a szűk kanyarokból történő kigyorsításhoz nagyon jól jött. Az autó futóműve kifejezetten sportosra van hangolva, és mintha a mérnökök sejtették volna, hogy gyakori vendég lesz a Vitara a hegyi kanyarokban, úgy éreztem, ide van optimalizálva a váltó áttételezése.”

A következő napon következett a 48 hajtűkanyarral tűzdelt Stelvio-hágó. A csapat – és a Vitara – gond nélkül érkezett meg a 2757 méteres hegy tetejére. Útközben tesztelőnk végig érezte és élvezte a fantasztikus mérnöki tehetséggel megtervezett és megépített útszakasz kínáta élményt.

Az 1935 óta egy nemzeti park részét képező Stelvio-hágó legmagasabb pontja a járművel, vagy épp anélkül túrázók izgalmas és lélegzetelállító kilátást kínáló találkozóhelye. Szállodák, éttermek és kávézók mellett itt működik Európa legmagasabban fekvő banki fiók-irodája, de itt található az Alpok legmagasabban lévő kápolnája is.

A Suzuki Vitara végig kifogástalanul teljesített a Stelvio-hágón, és extrém körülmények között is igazolta a cég jelmondatát: „Nem csak úton vagy. Jó úton vagy”.



NEM ISMER AKADÁLYT

A DL 1050, a Suzuki sportos és jól irányítható nagyvasa

A fenséges olaszországi Stelvio-hágó útjain nemcsak a Suzuki Vitara tette tiszteletét a nyáron (lásd cikkünket a LIFE 4. oldalán!), de a Suzuki DL 1050 is. Borsi Gergő több napon át, hosszú órákon keresztül vágatott a Suzuki nagy túraendúrójával a festői tájban, megtapasztalva, hogy a motor a legnehezebb körülmények között is helytáll.

A DL 1050 nem tartozik a legnagyobb hengerűrtartalmú túragépek közé, a maga 107 lóerejével és 100 Nm nyomatékával mégis lépést tart a nagyobbakkal is. A hatfokozatú gyorsváltó áttételezése és váltási sebessége kifejezetten sportossá varázsolja a Suzuki nagyvasát. Benzintankjának kapacitása 20 liter, és mivel átlagfogyasztása komoly terhelésnél is 5 liter körül mozog, a hatótáv akár 400 kilométer körüli is lehet. Jól irányítható és kiegyensúlyozott motor a DL 1050, műszerfala mind grafikáját, mind információs tartalmát tekintve tökéletes, bármilyen adat azonnal leolvasható róla. A fékek is bizonyítottak, az Alpok vonulatain végigmotorozva is mindig állandó hatásfokkal lassították a 240 kilogrammos járművet.

A 48 hajtókanyarral tűzdelt Stelvio-hágón eljutva a hegy tetejére, 2758 méteres magasságba a motort tesztelő Borsi Gergő megállapíthatta: a DL 1050 tényleg nem ismer akadályt.



FŐNÖK ÚR ÉS NEGYED MISI AKCIÓBAN

Csuja Imre és az MI a Suzuki történelmi jelentőségű kampányában

A mesterséges intelligenciát egyre több területen használják a tartalomgyártásban. Nemrég lezajlott a Magyar Suzuki Zrt. első olyan kampánya is, amelynek létrehozásában a mesterséges intelligencia is szerepet játszott.

A Suzuki őszi-téli kampányában ismét Csuja Imre, a Halhatatlanok Társulatának örökös tagja brillírozott, aki ravasz humorával és magabiztos fellépésével hívta fel a figyelmet az elmúlt évek legnagyobb használatú-beszámítási akciójára.

Csuja Imre számos, a mesterséges intelligencia által alkotott képen jelent meg az akciót népszerűsítő szpotokban, megörökítve a reklámban alakított Főnök különböző elképzelt kalandjait. Az innovatív kisfilmekben – hála a mesterséges intelligenciának – autóversenyzőként, vadászpilótaként,

de még milliárdos üzletember képében is feltűnt. A mesterséges intelligenciát a helyszínek berendezéséhez használták. Vagyis nem a hagyományos módon – jelmezekkel, díszletekkel, járművekkel – teremtették meg a szpotok izgalmas és látványos hangulatát, a Főnök úr ebben a kampányban az MI szabadon szárnyaló fantáziája által megálmodott élethelyzetekben, például szemüveges vadászpilótaként, rally-versenyzőként mutatta Főnök urat, a Suzuki akcióján ámulatba esett főhóst. Az MI még egy egyébként nem létező, de nagyon vagányul kinéző Suzuki versenyautót is alkotott a kampányhoz, a Lehet piros című digitális szpotban pedig egy easter egg-et is elrejtettek alkotók: az említett vadiúj Swift visszautalás Csuja Imre első új autójára, amely egy Swift Sport volt.



VIN DIESEL MAGYAR HANGJA ÉS HÉTKÖZNAPI HŐSÖK A VITARA-KAMPÁNYBAN

A 24.hu felületén látható az a kisfilm, amelyben Galambos Péter szinkronszínész és Katz Dávid riporter mutatják be hétköznapi hőseiket.

„Egy jól ismert név: a megújult Vitara. Hibrid dinamizmussal, küldetésre készen. Mindent tud, amit tudni érdemes. És még jól is néz ki!”

Ismerős hang méltatja a Suzuki népszerű modelljét. De ki az, aki a pozitív szavakat mondja a megújult Vitaráról? Csak nem a világhírű akciósztár, Vin Diesel?

STÚDIÓ A TETŐTÉRZEN

Bár alighanem az amerikai színész sem találta kivétel nélkül a japán márka SUV-jében, nem ő ül a Vitarát népszerűsítő kisfilm felvételénél a mikrofon mögött. Hanem Galambos Péter, számos világhíresség magyar hangja, akit Katz Dávid, a 24.hu riportere szentendrei otthonában látogat meg. „Galamb” még a Covid-járvány idején alakított ki saját hangstúdiót háza tetőtérében, itt rögzítette a Suzuki-szpot szövegét.

Katz Dávid stílszerűen egy megújult Vitarával érkezik a színészért, hogy aztán egész napos kalandra induljanak. A cél: megmutatni két olyan embert, akik munkájuk során másoknak segítenek. Hétköznapi hősök, akik önzetlenül és hatékonyan vesznek részt embertársaik életének megkönnyítésében.

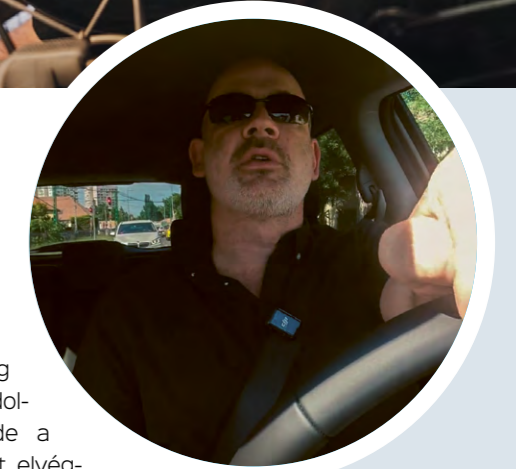
SUHANJ!

Galambos Péter így kezdi az általa választott hétköznapi hős bemutatását: „Egy olyan figurát találtam, aki létrehozott egy tevékenységet, ami a hobbjával összefügg. Ez a futás, a futás köré pedig létrehozott egy hálózatot és egy edzőtermet fogyatékkal élőknek.”

A tájékozottabb néző itt már sejti, kiről lehet szó. Gusztos Péter 2010-ben indította útjára Suhanj! névre keresztelt mozgalmát, amelynek célja, hogy a fogyatékkal élő és az ép emberek közösen sportoljanak. Mint a kisfilmben elmondja, kezdetben szabadtéri programokat – futást, kerékpározást, úszást – szerveztek, majd 2016-ban a budapesti XIII. kerületben megnyitották edzőtermüket, amelyben kifejezetten fogyatékkal élő emberek számára kialakított sporteszközök várják a mozogni vágyókat. Sérülteket és éveket egyaránt. Utóbbiakat sokszor éppen a fogyatékkal élő emberek kitartása, derűje, pozitív hozzáállása mozdítja ki saját respektusukból, kifogásaikból.

SANYA, AZ UTCAZENÉSZ

A Suhanj! edzőterméből a Suzuki Vitara a IX. kerületbe repíti Galambos Pétert és Katz Dávidot, ahol utóbbi hétköznapi hősével, Sanyával találkoznak.



Sanya zenélt a 24.hu riporterének esküvőjén, egyébként pedig utcazenészként dolgozott-dolgozik, de a Covid-járvány alatt elvégzett egy mentálhigiénés segítő szakember-képzést is. Gyakran ötvözi a kettőt – a Ferencvárosban a szenvedélybetegek nappali ellátását végző Írisz Klubban, illetve korábban egy gyerekotthonban dolgozva mind mentálhigiénés tapasztalatait, mind zenei tudását kamatoztathatja. De, mint mondja, már az utcán muzsikálva is számtalan nehéz sorsú emberrel – szegénnyel, hajléktalannal – találkozott, akiket gyakran segített az utcazenészként gyűjtött bevételének továbbadományozásával.

A kisfilm megnézhető a 24.hu felületén:



LÁBAS VIKI & A SUZUKI KÖLCSÖNÖSSÉG ÉS FIGYELEM

A Margaret Island zenekar hangzásvilágában, érzékeny szövegeiben gyakran megjelenik a harmóniára törekvés és a természetközelség, amelyek az énekesnő, Viki személyiségének is alapvető elemei. A Suzukival való együttműködés hasonló közös értékeken alapul.

A megbízhatóság és a hitelesség például olyan értékek, amelyek rendkívül fontosak a Suzuki számára, de egy konzervatívabb márkától sem áll távol a modernitás, és az egyre népszerűbb „jelenben levés” eszméje. E koncepció jegyében nyitottak a cég értékeivel rezonáló fiatalok felé, így kapcsolódott a Suzuki csapatához Lábás Viki márkanyagkövetként.

Korábban nyilatkoztad, hogy kizárólag olyan projekteket vállalsz, amelyek inspirálnak, amelyek örömet okoznak. Hogyan jött létre a Suzukival való együttműködés, és mi jut eszedbe először a márkáról?

2023 nyarán kezdtünk együttműködni a Suzukival, én éppen előtte, januárban jártam életemben először Japánban, ahol nagyon megfogott, amit láttam. A keleti kultúra egy külön buborékvilág. Számomra rettentő vonzó az a kettősség, amit ott tapasztaltam: a hagyomány és a modernitás harca és egyensúlya. Ráadásul nem annyira szögletesek, mint elsőre látszik... Abban az évben indult itthon egy közös projektünk a Szegedi Kortárs

Balettel, és a turné rengeteg utazással járt. Keres-tük az együttműködést egy olyan márkával, amelynek hasonló kulturális háttere van, amit be tudunk fogadni, és amit én is tudok képviselni. A Suzukival való közös munka nem a posztolgatásról szól, kölcsönösség, figyelem az alapja, kicsit olyan, mint egy baráti viszony. Jártam az esztergomi gyárban is, bevonódtam a csapatba, beleláttam abba is, hogyan működik egy ilyen vállalat. Feltűnt a munkatársak hűsége, sok család esetében már a második generáció dolgozik a Suzukinál, a szülők után a fiatalok is oda jelentkeztek munkára.

Melyek azok a plusz értékek, amelyek mentén kapcsolódní tudsz a márkához?

Nagyon dolgozok, és mivel mi a zenekarral is azok vagyunk, ezzel tudok azonosulni. Nem viselem jól, ha káosz van körülöttem, és a rend a lelke mindennek közmondásunkhoz van egy hasonló japán mondás is. Azt tartják, hogy minden nap legalább öt percig kell olyan dolgot csinálnunk, amihez nem annyira fűlik a fogunk, mint például a vécétakarítás. Ez valójában az ő gondolatviláguk szerint azt



jelenti, hogy kellemetlen dolgokat is el kell végezni ahhoz, hogy megkaphassuk azokat az ajándékokat az élettől, amelyekre vágyunk. Ez a habitus közel áll hozzám, a magaménak tudom érezni. Most, hogy erről beszélünk, megint eszembe jutottak a tavalyi japán élmények. Jó lenne újból elutazni oda, főleg, hogy most Oszakában lesz a világkiállítás.

Mennyiben hat a japán kultúra – elsősorban a harmónia és a természetközelség eszméje – az életedre, az autóválasztásodra? Miután jártál Japánban, melyek voltak a legemlékezetesebb élményeid?

Európaiként nagyon hiányzik az a tisztaság és rendszeret, ami ott alap, amiről már az előbb beszéltem. Itthon mintha erre kevésbé lenne igény. Fontos érték számomra is és Japánban egyértelműen érezhető a tiszteletadás, a hála, az odafigyelés önmagunkra és a környezetünkre. Van ebben sokszor maximalizmus és megfelelési kényszer, de most ilyen a világunk. A harmónia mellett persze ott is van lüktetés, vibrálás, a nagy tradíciókkal együtt él a modern világ. Furcsa, de a csendet megtalálni mégis nagyobb esély van ott, az volt az érzésem, hogy Tokióban nagyobb csend van, mint Budapesten. A kelet világa különleges hely, lázba jövök tőle, mindenhol finomakat ehetsz, íz- és színrobbanások történnek lépten-nyomon.

Visszatérve az autókhoz, te milyen kocsival jársz, és hogy vált be?

S-CROSS-t vezetek, ami hatalmas segítség a mindennapokban, de a zenekar életében is, amikor be kell pakolni például a fellépőruhákat vagy éppen a gitárokat. Női szemmel nagy előny, hogy van benne tolatóradar – most már én is bármilyen szűk helyre, mélygarázsba beparkolok –, szeretem a lámpás belső tükröt, ha hirtelen sminkelnem kell, de a biztonsági rendszere is nagyon jó. Sokat vezetek autópályán, mindenre figyelmeztet, minden villog, állandóan kommunikál, mintha lenne egy új barátnőm, közben az Apple CarPlayről hallgatom a Spotify lejátszási listákat. Egyszerűen nagyon interaktív autó. Volt tetőablakos verzióm, ami zseniális élmény például, ha elmegy az ember túrázni a hegyekbe. Nem kell sátor, alhatsz a kocsiban, látni a csillagos eget, és meg sem fagysz, mert van ülésfűtés is. Mivel aktív életet élek, nagy szolgáltatást tesz egy ilyen kocsi.

Mióta vezetsz Suzukit, és mikor használod autót a mindennapokban?

Régebben már volt egy Suzuki Swift a zenekar életében, mert az volt a basszusgitárosunk első autója. Én 2023 nyara óta használom az S-CROSS-t. Rengeteget vezetek, sajnos nagy az ökolábnyomom



utazás terén, mivel a gyökereim a Balatonnál vannak, sokat megyek arrafelé, amúgy Budaörsön lakom, és éppen most újítok fel egy vidéki házat, ahová hegyemenetben kell menni, sokat vagyok terepen, szóval kihasználom a kocsit. De a budapesti közlekedést is többnyire autóval oldom meg, a belvárosi parkolási helyzet miatt gyakran tesztelem a Suzuki kamerás rendszerét.

Márkanagykövetként milyen eseményeken vettél részt a közös munka során?

Azt szeretem a Suzukiban, hogy nemcsak az a dolgom, hogy kötelező posztokkal megjelenjek a socialmedia-felületeken, hanem hogy kölcsönösen részt veszünk egymás életében, megismerjük egymást. Játszottunk már a cég karácsonyi ünnepségén, meghívnak a fontosabb eseményekre, elhívtak a gyárba is, hogy beeláthassak a működésbe, és forgattunk együtt a többi márkanagykövettel. De jóban vagyok a marketingcsapattal is, szeretem, hogy családias a hangulat, voltam vitorlázós balatoni sajtóúton velük, időt töltünk együtt, vacsorázunk, szóval megadják a módját a közös munkának. Nagyon jó energiájú csapat, akik sokszor eljönnek a koncertjeinkre, nyitottak minden bulira, az autó pedig szó szerint végigkísér a fesztiválszezonban, turnékon, koncertkörutakon.

Ahogy kiderült, az életstílusodhoz az S-CROSS modellek illeszkednek leginkább, de jönnek az újabb környezetbarát megoldások. Beszéljünk kicsit a jövőről, a fenntarthatóságról, hiszen

2025-ben debütál a Suzuki elektromos autója.

A zene, a koncertezés, a turnék világa, azaz amiben én dolgozom, sok utazással jár, ezzel nem tudok mit kezdeni, nehéz változtatni. Hál' istennek fontos alapérték lett mára a fenntarthatóság, én pedig az életem más területein igyekszem kompenzálni azt, amit az utazásaink teherként rónak a környezetre. Nem eszem húst, tudatosabban étkezem, szelektíven gyűjtöm a szemetet, megpróbálok minél több dolgot magamnak megtermelni. Az S-CROSS eleve hibrid autó, ami mindenképp jobb, mint a benzines konstrukció, az elektromos pedig még egy lépés a fenntarthatóság felé. Én amúgy negyedévenként megnézem, mennyit utazom, mekkora ökolábnyomom van, és igyekszem ellensúlyozni az előbb felsoroltakkal, vagy például faültetéssel.

Végül egy személyesebb, illetve a Margaret Islandet érintő kérdés: a nyári nagy menetelés után mi vár rád, rátok mostanában, és milyen terveid vannak jövőre?

Még van néhány klubkoncertünk, és jönnek a céges karácsonyi bulik, december 21-én pedig évzáró koncertünk lesz az MVM Dome-ban. Tavaly kortárs táncosokkal dolgoztunk, jövőre pedig a kortárs képzőművészet lesz középpontban. Grafikusokkal, festőkkel közös projekten dolgozunk, ennek a háttér-munkálatai zajlanak majd télen. Jövőre egyébként szeptemberig tele van a naptárunk, de lesznek új dalok is, és mivel a zenekar tíz éve dolgozik együtt rendületlenül, most a csapat időt szakít pihenésre is, ami után jöhet a megújulás.

FELNŐTTEKNEK KULKA, GYEREKEKNEK RÉMUSZ BÁCSI

**Színház, film és könyv: márkanagykövetünk,
Csuja Imre kulturális ajánlója – akár karácsonyra.**

„Ajánlom az Örkény Színház összes darabját, ha játszom benne, ha nem” – mondja Csuja Imre. Mi nézzük először is mégis azokat az új darabokat, amelyekben márkanagykövetünk is szerepel! A Galilei élete Bertolt Brecht és Hanns Eisler színműve Polgár Csaba rendezésében, amelyben Csuja Imre a nagy tudóst alakítja. A nyúl füle című darabot Dargay Marcell, Parti Nagy Lajos és Fábán Péter írta, utóbbi a rendezője is. Az aesopusi állatmeséket, a meseíró életét továbbgondoló-bemutató színmű 2024 decemberétől látható az Örkény Színházban.

További információk és jegyvásárlás: orkenyszinhaz.hu.

November 21-én mutatták be a Futni mentem című új magyar filmet, Herendi Gábor új munkáját, amelynek főszereplője Udvaros Dorottya, és Csuja Imre is játszik benne. A sztori röviden: egy anya férje halála után elhatározza, hogy három lányával váltóban lefutja a maratont, ám erre sem fizikálisan, sem mentálisan nincs felkészülve egyikük sem. Hogy vállalkozásukat a sok nehézség és váratlan fordulat ellenére siker koronázza-e, kiderül a moziban!

Bővebben a filmről:

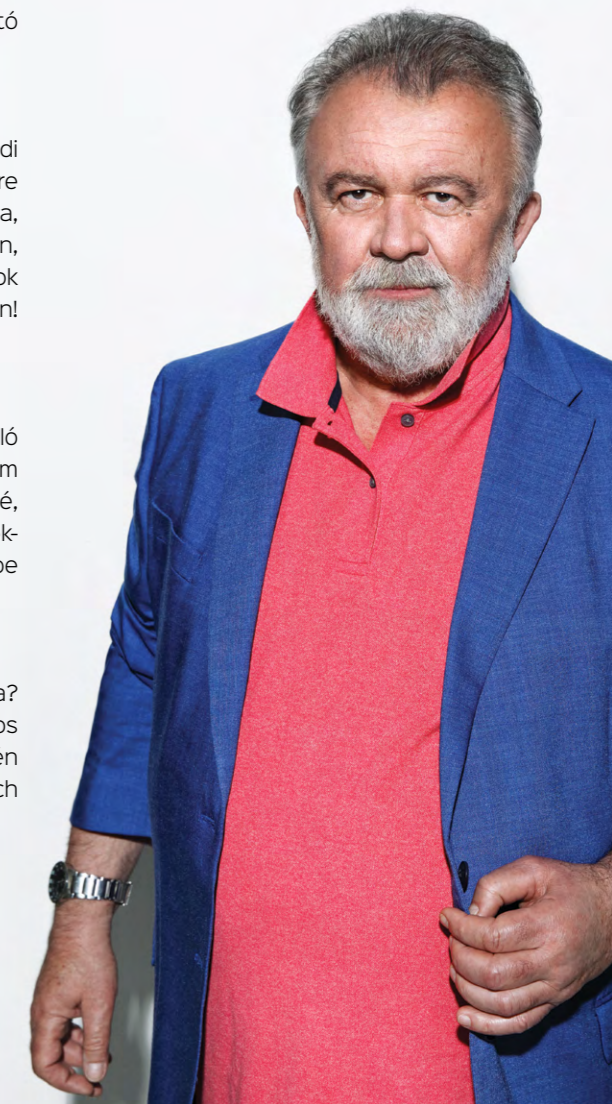
vertigomedia.hu/premierek/futni-mentem.

Nem akármilyen olvasmány, és akár karácsonyi ajándékkötetnek is kiváló Gyárfás Dorka Kulka című könyve. A nemrég megjelent portrékötet nem szokványos színész-könyv: inkább egy ember portréja. Egy olyan emberé, aki megjárta a halált, visszajött onnan, de sok mindent elveszített. Hiányokkal él, de nem sír vissza semmit. „Ezt magamnak is ajánlom, és biztosan be is szerzem, mert nagyon érdekell!” – mondja márkanagykövetünk.

Gyárfás Dorka: Kulka. Corvina Kiadó, 9990 Ft

És hogy a gyerekeknek mit ajánl a Halhatatlanok Társulatának örökös tagja? Rémusz bácsi meséit! „Örök kedvencem” – mondja Csuja Imre. A furfangos nyúlak egy idős fekete férfi által mesélt történetei, amelyekből annak idején mesesorozat is készült, ma is beszerezhető – a kötetet változatlanul Reich Károly feledhetetlen illusztrációi díszítik!

Rémusz bácsi meséi, Móra Könyvkiadó, 4499 Ft





„JÓ ÉRZÉS TARTOZNI
VALAHOVÁ”

Egy brand, ahol a teljesítmény és a mondanivaló fontosabb, mint az Instagram-követőszám: Szabó Kimmel Tamás, a Suzuki márkanyagöve és Varga András marketingvezető a márka konzervatív értékrendjéről, a várható izgalmas újításokról és a cég közösségi médiás megjelenéséről. A beszélgetést Galambos Márton, a Forbes főszerkesztője moderálta, akinek lapja és a Suzuki között szoros és gyümölcsöző együttműködés alakult ki az idei év során.

A hitelesség, a megbízhatóság, az értékek képviselése rendkívül fontos a Suzuki számára. Rezonálva a 21. század kihívásaira, egy konzervatívabb márkának is szüksége van arra, hogy jelen legyen a közösségi média világában. Ebbe a koncepcióba kapcsolódott be Szabó Kimmel Tamás mint márkanyagöve, aki egyetért azzal, hogy a teljesítmény és a mondanivaló fontosabb, mint az Instagram-követőszám. De vajon ő mivel tud hozzájárulni a márka sikeréhez?

Galambos Márton: Mivel többnyire tömegközlekedéssel járok, nem sok autós élményem van a városban. Minden nagyobb szünet után viszont érzem, hogy jó vezetni. Hagyjuk most a budapesti belvárosi rossz tapasztalatokat, nektek milyen jó vezetési élményetek van?

Varga András: Elsőre az jut eszembe, hogy jó érzés uralni a technikát és a járművet. Ezt érzem és élem, ha beülök az autóba.

Szabó Kimmel Tamás: Nekem csak három éve van jogosítványom, úgyhogy az első év minden egyes pillanata, minden egyes út vezetési élményt jelentett. Azóta megtanultam én is uralni a technikát, és megszokott, biztonságos érzés lett beülni az autóba. Mivel kipróbálhatok minden modellt, amivel a Suzuki rendelkezik, az élmény hatványozottabb, amikor egy nagyobb felszereltségű autót vezethetek. Amikor először beültek a gyerekeim az S-CROSSomba, és elhúztam a napfénytetőt, teljesen megvadultak, én meg nagyon menőnek érzem magamat. De az is nagyon pozitív vezetési élmény, ha egy izgalmas szituációban korrigálni kell, és jól kezelem a helyzetet.

GM: Az nem magától értetődő, hogy egy márkanyagöve viszonylag friss jogsis legyen...

VA: Azért választottuk Tamást, mert olyan karaktert kerestünk, aki illeszkedik a Suzuki értékrendjéhez, brandjéhez. Az csak hab a tortán, hogy az első autós élményt mi adtuk meg neki. Arra is számítottunk, hogy az ily módon születő tartalmak ettől még őszintébbek lesznek. A kommunikációnk fontos része, hogy ez egy emberközeli márka.

SZKT: Bár még nem voltam az esztergomi Suzuki gyárban, videót láttam arról, ahogy a Vitarát összeszerelik. Azért mennék el szívesen, mert mégiscsak

van egy alapélményed, hogy nálunk készül, magyar emberek rakják össze magyar embereknek. Van egy plusz jó érzés, büszkeség emiatt. Egyébként voltam vezetéstechnikai tréningen a Suzuki jóvoltából, mindent kipróbálhattam élőben, szélsőséges körülmények között.



GM: Szóval te hároméves jogsival valószínűleg jobban vezetsz, mint sokan.

SZKT: Ez remélem, így van.



GM: Mi jut eszedbe először a márkáról, amit képviselsz?

SZKT: Családiás, baráti, személyes a viszonyom a Suzukival. Ad egyfajta biztonságérzetet, hogy tartozom valahová. Nem automatikusan posztolgatok, amikor megkapom az autót, hanem van egy személyes viszonyom, kötődésem a márkához, mert érzem, hogy megbecsülnék, megkérdezik, hogy vagyok vagy éppen azt, hogy mikor lesz bemutatóm. Olyan, mint egy új családban megtalálni a helyed. Ez abszolút pozitív hangulatot, érzetet ad az egésznek.

VA: A családiasság valóban jellemző a Suzukira. Sokan a kezdetektől ott dolgoznak a gyárban, hűségesekek a márkához. Hetvennyolc márkakereskedésünk van, és amikor a 30 éves jubileumot ünnepeltük, kiderült számomra, hogy többen is az indulás óta velünk vannak. A hosszú távú gondolkodás nagyon jellemző a cégre.

SZKT: Ez valószínűleg a japán mentalitásnak köszönhető. A hűség, az egymáshoz kötődés elsősége a samurájoknál is a legfőbb erény volt. Egy filmfesztiválnak köszönhetően elutaztam Japánba, és láttam, hogyan viszonyulnak egymáshoz az emberek. A tisztelet a hagyomány alapvető része. Óvják a régi dolgokat, ha eltörik valami, nem kidobják, hanem gondosan, arannyal ragasztják össze, és még értékesebbnek tartják. Vágyom vissza, nagyon izgalmas hely, érdekes látni, ahogy a hagyomány és a

nyugati kultúra találkozik. A felhőkarcoló mellett ott a sintó templom, meg a császár kertje. Van ebben valami mély és megható, valami nagyon izgalmas és lenyűgöző. Ezzel a hosszú távú gondolkodással nagyon tudok azonosulni. Szerintem ez a japán fel fogás jelenik meg a cégek kultúrában is. Autós cégről beszélünk, mégis megjelennek olyan hívószavak, mint hűség, kitartás, tisztelet.

GM: Te érzed, hogy japán cégnél dolgozol?

VA: A mentalitás érződik, persze, és amilyen autót gyártunk, azokon is érződik ez a hozzáállás. Jó példa erre, amikor látod az utakon a sok piz-zafutárt, akik huszoneves Suzuki Swiftekkel jönnek-mennek, mert a lelke, a motorja még mindig hajtja az autót. Szóval a hosszú távú gondolkodás és a megbízhatóság erősen jelen van magában a termékben. A hibridláz idején például a Suzuki megvárta, míg a technológia olyan szintre ért el, hogy érdemes volt belépni a piacra. Ezt érzem a jövőre érkező elektromos autóknál is. Már az összes európai gyártónak, márkának van elektromos autója, látunk is bőven jó meg rossz példát arra, hogy működnek 4-5 év után ezek az autók. Nálunk most jött el a belépési pont, lehet számolni a megbízható technológiával.

GM: Elmondanátok, mi a különbség egy márkagyógyász és egy influenszer között?

SZKT: Az influenszerkedést sosem gondoltam hivatásnak, ez csupán egy piaci rés, olyan állapot, amire mások rácsatlakoznak. A kereslet megtalálta a kínálatot és fordítva. Mindig zavarba hoz, ha valaki azt mondja, influenszer szeretne lenni, mert az micsoda? Én mindig is azt gondoltam, a szakmában is, hogy ez hosszú távú pálya, amelyhez kellő mennyiségű titok kell, lépésről lépésre, okosan építhető. A márkagyógyász nemcsak arról szól, hogy különböző élethelyzetekben fotókat posztolgatok egy autóról. Én eljáró a rendezvényeikre, ilyen beszélgetéseket folytatok, mint most, büszke rám a Suzuki, biztosítanak például a filmpremieremre olyan autót, amivel egy elegánsabb helyen elegánsan lehet megjelenni. Gondolnak rám, számítok nekik, és nekem is számítanak ők. Ahogy korábban mondtam, jó érzés tartozni valahová. Eggyel kiemeltebb pozícióban egy csapat tagja vagyok, és ez a szerep nem redukálódik arra, hogy kampányszerűen csináljak három fotót.

Szabad kezet adnak, megbíznak bennem, így én is odaadással tudom képviselni ezt a márkát. Ha kiszállok egy Suzukiból, akkor az emberek előbb-utóbb összekapcsolnak velem. A márkagyógyász úgy működik, mint valaki egy jó párok kapcsolatban: történjen bármi, stabilan kitartva, hűségesen, szeretetben, partnerségben lépünk előre.

VA: Én is azt érzem, hogy ez mélyebb, erősebb kapcsolat. Emlékszem az első rendezvényre, amikor elkezdtük az együttműködést, és bemutattuk Tamást. Sok partnerünk megállított, és megjegyezték, hogy örülnek neki. Nemcsak a vásárlóinknak szeretnék megfelelni, de fontos a márkakereskedői hálózatunk reakciója is. Ez mind hozzátartozik a központi kommunikációhoz.

GM: Beszéljünk egy kicsit a jövőről, fenntarthatóságról, hisz egy mondat erejéig volt szó a 2025-ben debütáló elektromos autóról.

SZKT: Nagyon örültem, mikor a Suzuki nagykövete lettem, elsősorban a gyerekeim miatt. Érdekes élmény volt, amikor a lányom ujjongott, hogy végre kipróbálhatjuk. Ők hét- és tízévesek, de 15-20 év múlva nagyon nem lesz mindegy, milyen levegőt szívnak be. Jó látni rajtuk, hogy fontos nekik a környezetük, rám szólnak, melyik szelektívbe tegyem a tejes dobozt, ha autózunk, sorolják az elektromos márkákat az utakon, szóval iszonyú fókuszuk van már erre. Várom már a Suzuki elektromos autóját én is, mert ez mutatja a szemléletváltást. Persze szívesen ki is próbálnám, mert nem vezettem még elektromos autót. Számomra fontos, hogy a nagy autógyártó cégek is felismerik, a probléma megoldása elsősorban az ő kezükben van.

VA: A fenntarthatóság nagyon lényeges szempont a Suzukinál. Az összes fejlesztés fenntarthatósági stratégia mentén zajlik. Ahogy említettem, mi nem az első fázisban lépünk be egy új technológiánál, hanem amikor az már kiforrott. Ez történik az első elektromos autóknál is. Egyébként a most meglévő hibrid autóparkunk is megfelel a legszigorúbb környezetvédelmi előírásoknak. Persze vannak viták ennél a technológiánál is, nem véletlen, hogy mi a Vitarával azonos, kisebb méretű SUV-szegmensben lépünk be az elektromos piacra. A kisebb, könnyebb autók kínálnak fenntarthatóbb megoldást a mobilitás területén belül. Főleg, hogy az elektromos inkább városi autó.

„RÉGEN VOLTAM ENNYIT SZÍNHÁZBAN”

Szabó Kimmel Tamást több színházi produkcióban is láthatjuk jelenleg. Hogy melyekben? Adjuk át a szót a színésznek, a Suzuki márkagyógyásznak!

Nemrég volt egy Pintér Béla-bemutatónk, Idegen test a címe. Fontos témákkal foglalkozik a darab, az elfogadásról szól, arról, hogy alapvetően, mindenki szeretetre vágyik és arra, hogy megélhesse, amit gondol. Szürreális szerep az enyém, egy nőből lett férfi vagyok, akit negyvenévesen megszólított a méhe, hogy gyereket akar.

Az Idegen test című előadás a budapesti Átrium színházban látható, részletek és jegyvásárlás: pbest.jegy.hu

November végén a Centrál Színházban mutattunk be egy szintén kortárs történetet, amely egy egyetemi professzor és a diákja kapcsolatáról szól, amiből szexuális zaklatási ügy kerekedik. Megrázó történet, és elég nehéz színészi szempontból is, mert kétszereplős darab, 53 oldalon keresztül egymás szavába vágunk, szóval nehéz feladat, iszonyatosan ott kell lenni fejben. Legalább annyi precizitást igényel, mint egy autót összerakni, és ezt nem viccből mondom.

Az Oleanna című darab a Centrál Színházban látható, részletek és jegyvásárlás: centralszinhaz.hu

Stadiontúrára indul a Képzelt riport egy amerikai popfesztiválról, majd lesz egy önálló estem is: az „Egy életem” sorozatban, melynek producere Lévai Balázs, azt mutatjuk be, ki voltam, mielőtt híres lettem. Terveink szerint lesz az előadásban zene is, mert mindenképpen olyan formát szeretnék, ami színházi szempontból közel áll hozzám.

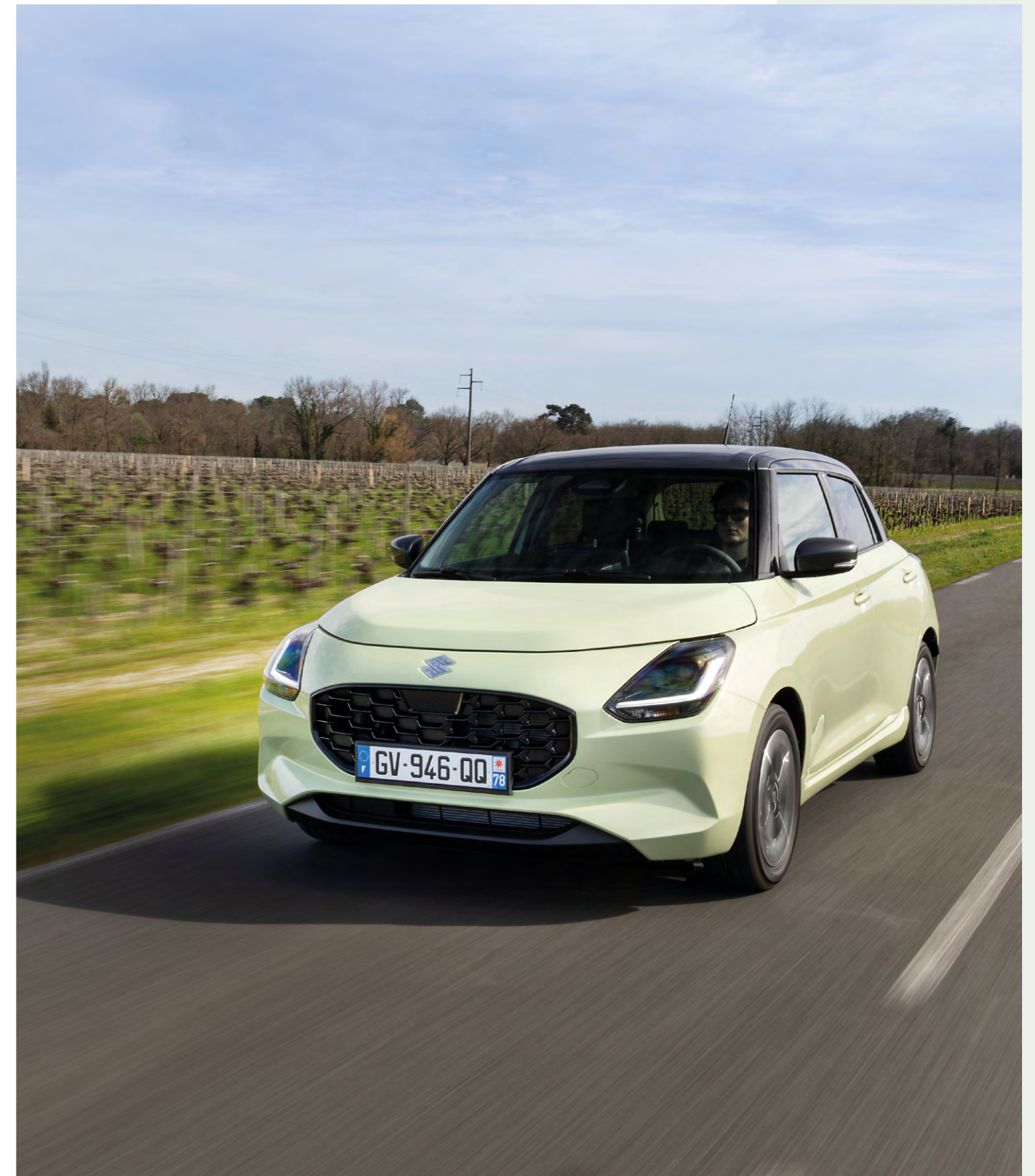
Régen voltam ennyit színházban, de most éppen nincs film, úgyhogy örülök ezeknek a feladatoknak. A Suzuki magazin minden kedves olvasóját várom az előadásokon!

A januárban induló országos Képzelt riport egy amerikai popfesztiválról stadionturnéről részletek itt: www.koncert.hu.

Szabó Kimmel Tamás önálló estje februártól látható.

KI A TERMÉSZETBE!

A Suzuki merchandising minőségi termékeiben visszaköszön a márka dizájnja. A divatos ruhadaraboknak hála szabadidődben is stílusos lehetsz! A 2024-es, új Swifthez illő trendi ruházatokat és ötletes kiegészítőket keresd a Suzuki márkakereskedésekben!



SUZUKI CONNECT: AZ ÖN KÉNYELMÉÉRT ÉS NYUGALMÁÉRT

Aki letölti a SUZUKI CONNECT alkalmazást a telefonjára, a kényelem és a nyugalom új szintjére emelheti autója birtoklásának élményét és örömét. Az alkalmazással mindig nyomon követhetjük, akár távolról is, mi történik Suzukinkkal. Az alkalmazás a Vitara, az S-CROSS és a Swift modelleknél érhető el.

A SUZUKI CONNECT hétféle értesítést küld a felhasználójának.

Állapotról vonatkozó értesítések

Ezek jelzik, ha elhagytuk az autót, de elfelejtettük bezárni az ajtót, lekapcsolni a fényszórót, a vészvillogót. Az alkalmazás kezdőlapján ellenőrizhető az üzemanyagszint és az átlagos üzemanyag-fogyasztás is.

Parkolójármű-kereső

Az autókerező megjeleníti okostelefonunk térképén, hol parkol a kocsink.

Vezetési előzmény értesítő

Itt megtekinthetők az elmúlt 18 hónap előzményei, az adatok akár CSV-fájlként is exportálhatók.

Virtuális kerítés és Kijárástiltalom-riasztás

Ha másik sofőr használja a kocsit, a Virtuális kerítés értesítést küld, ha az autó elhagyja, vagy behajt a meghatározott területre a beállított időszak alatt. A Kijárástiltalom-riasztás akkor értesít, ha az autó meghatározott idő után nem tartózkodik a megadott területen.

Biztonsági értesítések

Ha aktiválódik a biztonsági riasztó, vagy ha a motor beindul olyan időpontban, amikor nem használjuk az autót, az app biztonsági értesítést küld.

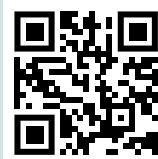
Figyelmeztető lámpák értesítése

Ez akkor jelenik meg a telefonunkon, ha az autóban kigyullad valamelyik figyelmeztető lámpa.

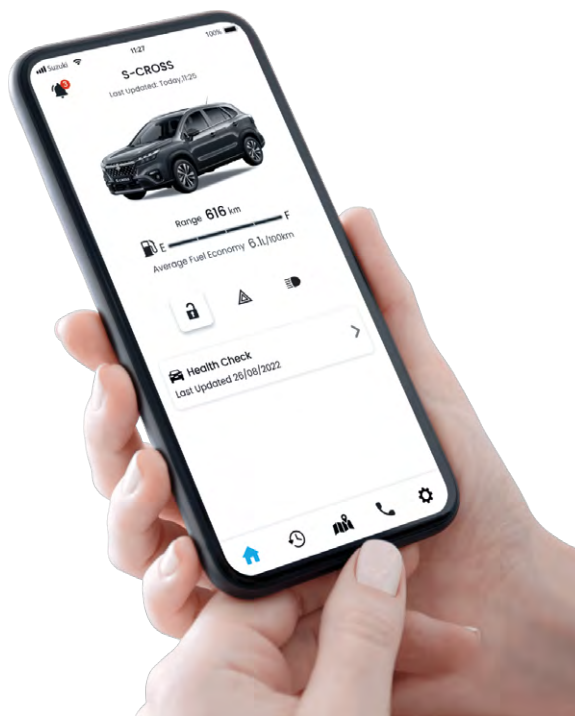
Időszakos karbantartás/Visszahívási értesítés

Segít észben tartani, mikor esedékes autónk karbantartása, ezenkívül tájékoztat a visszahívásokról és a szervizkampányokról.

Bővebb információ és fiók létrehozása:



SUZUKI
connect



TALÁLJA MEG ÁLMAI SUZUKIJÁT!

Suzukit vásárolna, de még nem tudja pontosan, milyen típus lenne ideális az ön számára? Keresse fel a legközelebbi Suzuki márkakereskedést, és jelentkezzen teszttvezetésre!

Bővebb információ:

