

Presse Information
21. November 2025

BMW Group erzielt effizientere Fahrzeugnutzung durch Einblicke in Fahrten, Gamification und CO₂-bewusstes Laden.

+++ Drei BMW Group Pilotprojekte zeigen, wie effiziente Fahrzeugnutzung gefördert werden kann+++ Visuelle Belohnungen für energieeffizientes Fahren sowie Informationen zu Fahrten und Echtzeit-CO₂-Emissionen des Strommixes erweisen sich als effektiv+++

Rotterdam, München. Unsere Initiativen in Zusammenarbeit mit Städten umfassen Mobilitätsforschung und Pilotprojekte, die das Fahren und den Verkehr effizienter machen und Staus reduzieren sollen. Mobilitätsverhalten ist ein wichtiger Aspekt für Städte, besonders wenn es um das Fahren und Parken in urbanen Gebieten geht. Deshalb erforschen wir, wie wir das Mobilitätsverhalten unserer Kunden stadtverträglicher und auf ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnitten gestalten können. Durch strategische Kooperationen, etwa mit der Stadt Rotterdam, gewinnen beide Seiten tiefgehende Einblicke in die Bedürfnisse der Stadt und welche Lösungen bei Fahrern gut ankommen. Unsere Forschung zeigt, dass Mobilitätsverhalten durch „Nudging“ – also Verhaltenslenkende Anstöße durch positive Anreize – effektiv beeinflusst werden kann.

Durch attraktive digitale Erlebnisse wollen wir das Fahrerlebnis verbessern und unsere Kunden motivieren, ihre Fahrzeuge effizienter zu nutzen. Kürzlich wurden drei Pilotprojekte mit kleinen, aber positiven Anreizen abgeschlossen. Die Erkenntnisse daraus sind vielversprechend.

Highlights.

Das Forschungsprojekt „My Travels“ wurde in der zweiten Hälfte 2024 in den Niederlanden mit BMW Modellen durchgeführt. Es lieferte den Nutzern Berichte über die Länge ihrer Fahrten und Informationen zu realistischen Alternativen wie Fußweg, Fahrrad oder öffentlichem Nahverkehr. Die Ergebnisse zeigen, dass allein das Bewusstsein über das eigene Reiseverhalten und alternative Möglichkeiten Anreize schafft, öfter auf alternative Verkehrsmittel umzusteigen. Dies passt gut zu Rotterdams Ziel, Straßen für diejenigen freizuhalten, die sie wirklich brauchen.

Außerdem führten wir einen Pilotversuch mit Gamification durch, um den CO₂-Fußabdruck unserer Produkte während der Nutzungsphase zu reduzieren. Reale Daten einer repräsentativen vollelektrischen BMW und MINI Flotte zeigen, dass das Fahren im effizienten Fahrmodus im Durchschnitt zu einer Energieeinsparung von etwa 7 % führt. Ziel des „MINI Artwork Challenge“-Piloten war es, Fahrer zu motivieren, diesen Modus häufiger zu nutzen. Der Pilot wurde im ersten Quartal dieses Jahres mit den neuesten vollelektrischen MINI-Modellen Countryman und Cooper durchgeführt. Dabei wuchs ein KI-generiertes Kunstwerk auf dem zentralen Bildschirm, je öfter im effizienten Fahrmodus gefahren wurde. Die Ergebnisse zeigen, dass die Teilnehmer ihren Anteil an Fahrten im effizienten Fahrmodus im Vergleich zur Baseline-Phase um 60 % steigerten.

Date 21. November 2025

Subject **BMW Group erzielt effizientere Fahrzeugnutzung**

Page 2

Das Forschungsprojekt „COOL“ (CO₂ Optimales Laden) startete im April 2025 als Feldexperiment. Ziel war es, Plug-in-Hybrid- und Elektrofahrern Einblicke in ihr Ladeverhalten und die damit verbundenen CO₂-Emissionen zu geben. Durch die Nutzung einer einfachen und übersichtlichen App, die in Echtzeit die CO₂-Emissionen pro kWh des lokalen Strommixes anzeigt und den Nutzer benachrichtigt, wenn diese unter einen bestimmten Wert fallen, unterstützen wir Fahrer bei der Entscheidung, wann sie ihr Fahrzeug laden sollten. Mithilfe von Gamification gelang es uns erfolgreich, die Teilnehmer dazu zu bewegen, ihre Ladevorgänge in Zeitfenster mit einem prognostizierten höheren Anteil erneuerbarer Energien im niederländischen Strommix zu verlegen, was zu einer Steigerung von 6 % solcher Ladevorgänge im Vergleich zur Kontrollgruppe führte.

Insgesamt nahmen 355 Fahrer von elektrischen und Plug-in-Hybrid BMW Modellen teil. Zwei wichtige Ergebnisse sind: Gamification steigerte das CO₂-optimierte Laden von Elektrofahrzeugen um 6 % und zeigt, dass selbst bereits umweltbewusste Teilnehmer bereit sind, weitere Schritte zur Reduzierung ihres CO₂-Fußabdrucks zu gehen.

Die Stadt Rotterdam und die BMW Group werden die gewonnenen Erkenntnisse nutzen, um nachhaltigere, nutzerorientierte Mobilitätskonzepte zu entwickeln, die sowohl die individuelle Mobilität als auch das Mobilitätsökosystem der Stadt verbessern.

Hintergrund und Details zu „My Travels Distances & Alternatives“.

Dieses Forschungsprojekt entstand aus einer Bachelorarbeit, die von der Universität Münster betreut wurde. Die Erasmus-Universität Rotterdam war als regulärer Forschungspartner von BMW Niederlande in die Gestaltung und Analyse der Feedback-Umfrage eingebunden.

Dreihundert Teilnehmer, Fahrer von BMW und MINI Modellen aus dem ganzen Land, erhielten eine Test-App, die einen Überblick über das Reiseverhalten bot – und zwar detaillierter als die bereits bekannten „My Trips“-Funktion in der My BMW und MINI App.

Die App umfasst zwei Elemente: Distanzen & Alternativen. Das erste Element verschaffte den Fahrern Transparenz über ihre Autofahrten. Ein Tortendiagramm ermöglichte den Nutzern, auf einen Blick zu sehen, wie viele Fahrten sie wöchentlich in den Kategorien bis 1 Kilometer, 1–5 Kilometer und 5 Kilometer oder mehr unternahmen. Das Element „Alternativen“ zeigte realistische Optionen für bestimmte Fahrten auf – zu Fuß, mit dem Fahrrad oder öffentlichen Verkehrsmitteln – inklusive möglicher Zeit- und/oder Wegersparnisse.

Die Forschungsfrage lautete: Reduzieren aktive App-Nutzer aufgrund des Reiseberichts und der Empfehlungen zu alternativen Fortbewegungsmitteln mehr Fahrten als inaktive Nutzer?

Date 21. November 2025

Subject **BMW Group erzielt effizientere Fahrzeugnutzung**

Page 3

Ergebnisse von „My Travels Distances & Alternatives“.

Insgesamt zeigte die Analyse, dass aktive App-Nutzer im Vergleich zu Teilnehmern, die die App nicht nutzten, wöchentlich eine Autofahrt weniger unternahmen. Das bedeutet, dass allein die Einsicht in das eigene Mobilitätsverhalten und Informationen zu alternativen Fortbewegungsmöglichkeiten Anreize schaffen, einmal pro Woche das Auto stehen zu lassen und somit möglicherweise den Verkehr in der Stadt zu entlasten. Bei genauer Betrachtung der wöchentlichen Fahrten war die Reduktion sogar etwas höher: Aktive Nutzer vermieden im Durchschnitt 1,5 Fahrten (bis zu fünf Kilometer). Anders ausgedrückt: Mehr als eine kurze Fahrt wurde eingespart. An Wochenenden wurde kein signifikanter Rückgang der Autofahrten festgestellt.

Faktoren, die die Entscheidungen der Teilnehmer beeinflussten, waren der Zeitpunkt (Wochentag oder Wochenende), Wetterbedingungen und persönliche Umstände (mit oder ohne Kinder). Dies ergab eine umfassende Umfrage, die Teil der Studie war. Auf die Frage, welche Fahrten die Teilnehmer am ehesten durch alternative Verkehrsmittel ersetzen würden, nannten sie am häufigsten:

1) Park, Restaurant etc., 2) Fitnessstudio, 3) Supermarkt. Das Abholen und Bringen von Kindern bleibt laut Rangliste bevorzugt mit dem Auto.

Auf die Frage nach den drei wichtigsten Gründen, das Auto nicht zu nutzen, nannten die Teilnehmer: 1) Reisedauer, 2) Bequemlichkeit und Verfügbarkeit alternativer Verkehrsmittel, 3) Wetterbedingungen.

Hintergrund und Details zur „MINI Artwork Challenge“.

Dieser Pilot entstand aus einem Projekt der Entwicklungsabteilung der BMW Group, die (Produkt-) Lösungen im Bereich Energie und nachhaltige/urbane Mobilität entwickelt und Teil der „Connected Company“ ist. Ein übergeordnetes Ziel vieler Projekte ist es, effiziente Fahrgewohnheiten zu fördern, um mögliche CO₂-Emissionen während der Nutzungsphase zu reduzieren. Aufbauend auf diesem Ansatz verfolgte die „MINI Artwork Challenge“ das Ziel, durch künstlerische Anreize eine nachhaltige Verhaltensänderung beim Fahren zu bewirken.

130 Teilnehmer nahmen an dem Pilotprojekt teil. Diese Fahrer wurden dafür belohnt, den effizienten Fahrmodus ihrer MINIs zu nutzen. Je häufiger dieser Modus genutzt wurde, desto weiter entwickelte sich ein KI-generiertes Kunstwerk (bestehend aus stilisierten Pflanzen oder Tieren). Dieses Bild wurde zu Beginn jeder Fahrt auf dem zentralen Bildschirm angezeigt.

Ergebnisse der „MINI Artwork Challenge“.

Reale Daten einer repräsentativen vollelektrischen BMW- und MINI-Flotte zeigen, dass das Fahren im effizienten Fahrmodus im Durchschnitt zu einer Energieeinsparung von etwa 7 % führt. Die „MINI Artwork Challenge“ motivierte die Teilnehmer, ihren Anteil an Fahrten im effizienten Fahrmodus auf fast 40 % zu steigern, verglichen mit 25 % in der Baseline-Phase. Dies entspricht einer Steigerung von 60 % bei den Fahrten im effizienten

Date 21. November 2025

Subject **BMW Group erzielt effizientere Fahrzeugnutzung**

Page 4

Fahrmodus.

Hintergrund und Details zum „COOL“-Pilot.

Wir haben festgestellt, dass es im Bereich des intelligenten Ladens noch einige Lücken gibt, die adressiert werden müssen. Aktuell ermöglicht Smart Charging nur zu Hause kosteneffizientes Laden, aber optimale Ladetechnologien sind am Markt für Elektrofahrzeuge noch nicht weit verbreitet. Außerdem besteht ein mangelhaftes Bewusstsein für den Einfluss des Ladeverhaltens auf den CO₂-Fußabdruck von Elektroautos. Während preisoptimiertes Laden bei dynamischen Tarifen verfügbar ist, fehlen oft Optimierungen, die auf die Reduzierung von CO₂-Emissionen abzielen.

Unsere Idee war, den Nutzern verständliche CO₂-Informationen zum Strommix ihres Landes bereitzustellen, damit sie ihr Laden auf Zeiten mit geringeren CO₂-Emissionen über einen längeren Zeitraum verlagern können. Durch Anwendung des Nudge-Konzepts wollten wir ein vorteilhaftes Ladeverhalten fördern und steuern. Letztlich soll dieser Ansatz dazu beitragen, den CO₂-Fußabdruck sowohl im öffentlichen als auch im privaten Bereich zu verringern.

Die Forschungsfrage lautete: Wie können Nudges Menschen dazu motivieren, ihr Elektrofahrzeug bevorzugt in Zeitfenstern mit einem höheren Anteil erneuerbarer Energien zu laden?

Das Pilotprojekt fand von April bis Juli 2025 statt und involvierte 355 BMW Elektrofahrzeugfahrer in den Niederlanden. Eine digitale Ladefunktion namens „COOL“ wurde über die 360° Mobility App auf iOS in niederländischer und englischer Sprache bereitgestellt. Diese einfache und übersichtliche App zeigte die CO₂-Emissionen pro kWh Strom in Echtzeit an und informierte den Nutzer, wenn der Wert unter einen bestimmten Schwellenwert fiel. Lade- und Fahrzeugdaten aller registrierten Teilnehmer wurden auf BMW Labs gesammelt. Zusätzlich wurden qualitative Interviews mit 14 Teilnehmern durchgeführt, um tiefere Einblicke zu gewinnen.

Ergebnisse des „COOL“-Piloten.

Insgesamt wurden 13.153 Ladesessions analysiert, und an 67 von 87 Tagen wurden Zeitfenster mit einem CO₂-armen Energiemix identifiziert. Mithilfe von Gamification gelang es uns erfolgreich, die Teilnehmer dazu zu motivieren, ihre Ladevorgänge in Zeitfenster mit einem prognostizierten höheren Anteil erneuerbarer Energien im niederländischen Strommix zu verlegen, was zu einer Steigerung von 6 % solcher Ladevorgänge im Vergleich zur Kontrollgruppe führte. Allein die Bereitstellung von Prognosen und Statistiken hatte keinen signifikanten Effekt. Fahrer von Plug-in-Hybrid Modellen änderten ihr Ladeverhalten seltener. Kunden äußerten drei Wünsche:

- eine einfache oder automatische Integration in ihre Routinen,
- technische Kompatibilität mit bestehenden Energieanwendungen
- eine zentrale Informationsquelle für optimale Ladezeitfenster.

Date 21. November 2025

Subject **BMW Group erzielt effizientere Fahrzeugnutzung**

Page 5

Die Umfrage nach Pilotende mit 90 Teilnehmern brachte zudem eine wertvolle Erkenntnis: 73 % der Teilnehmer erklärten sich bereit, eine zusätzliche Anstrengung zu unternehmen, um mit reduzierten CO₂-Emissionen zu laden, etwa durch das Einstellen eines Ladefensters in ihrer App. Bemerkenswert ist, dass 62 % dieser umweltbewussten Teilnehmer bereits einen Grünstromvertrag besitzen. Dies zeigt, dass selbst diejenigen, die sich bereits für nachhaltige Energie einsetzen, bereit sind, weitere Schritte zu gehen und ihr Ladeverhalten auf emissionsarme Zeitfenster auszurichten.

„Smart City Travel“ Pilot als Vorläufer von „My Travels“.

Im Jahr 2022 starteten Rotterdam und BMW den „Smart City Travel“-Piloten. Dieses Projekt richtete sich an Autofahrer, die regelmäßig von außerhalb in die Innenstadt Rotterdams fahren. Die BMW Group, die Stadt Rotterdam und die Erasmus-Universität Rotterdam untersuchten, wie Autofahrer dazu bewegt werden können, ihre Fahrzeuge an Park-and-Ride-Anlagen (P+R) am Stadtrand abzustellen und die letzte Strecke mit öffentlichen oder Shared Mobility zurückzulegen. Die Frage war: Was ist nötig, um BMW Fahrer im Voraus zu motivieren, sich für diese Option zu entscheiden und dann tatsächlich auf das alternative Verkehrsmittel umzusteigen, wenn es aktiv in der Navigation angeboten wird?

Die Ergebnisse zeigten, dass Informationen zu alternativen Verkehrsmitteln nicht erst im Auto nach Beginn der Fahrt angeboten werden sollten, da die Fahrer meist nicht vorbereitet sind oder aus praktischen Gründen (kein Mantel, zu viele Taschen) nicht wechseln können bzw. wollen. Dies führte zur Idee, mehr Transparenz zu schaffen und Fahrern in einer App Einblicke in ihre Fahrten zu geben sowie auf Wunsch Alternativen vor oder nach einer Fahrt anzubieten.

Zusammenarbeit mit Rotterdam seit 2018.

Eine sichere, gesunde und lebenswerte Stadt hat für die Gemeinde Rotterdam höchste Priorität. Dafür bedarf es einer neuen Vision zukünftiger Mobilität, bei der Nachhaltigkeit, Verkehrssicherheit, Zugang und Verkehrsfluss eine zentrale Rolle spielen. Seit 2018 arbeiten die BMW Group und die Stadt Rotterdam gemeinsam daran, diese gemeinsamen Ziele zu verwirklichen und Mobilitätslösungen zu pilotieren, die das Auto in das Ökosystem einer lebenswerten Stadt integrieren.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Unternehmenskommunikation

Claudia Trouvain,

Kommunikation Urbane Mobilität

Telefon: +49-151-601-49387

E-Mail: Claudia.Trouvain@bmwgroup.comInternet: www.press.bmwgroup.com/deutschland

Date 21. November 2025

Subject **BMW Group erzielt effizientere Fahrzeugnutzung**

Page 6

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanzdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst über 30 Produktionsstandorte weltweit; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2024 verkaufte die BMW Group weltweit über 2,45 Millionen Pkw und mehr als 210.000 Motorräder. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2024 betrug 11,0 Milliarden Euro bei einem Umsatz von 142,4 Milliarden Euro. Zum 31. Dezember 2024 beschäftigte die BMW Group 159.104 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Der wirtschaftliche Erfolg der BMW Group basiert seit jeher auf langfristigem Denken und verantwortungsvollem Handeln. Nachhaltigkeit ist ein zentrales Element der Unternehmensstrategie der BMW Group und erstreckt sich über alle Produkte, von der Lieferkette über die Produktion bis hin zum Ende ihrer Nutzungsdauer.

LinkedIn: <http://www.linkedin.com/company/bmw-group/>YouTube: <https://www.youtube.com/bmwgroup>Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>Facebook: <https://www.facebook.com/bmwgroup>X: <https://www.x.com/bmwgroup>