

## **Spoločnosť BMW Group dosahuje efektívnejšie využívanie vozidiel vďaka prehľadu o cestách, gamifikácii a nabíjaniu s ohľadom na emisie CO<sub>2</sub>**

+++ Ukončenie troch pilotných projektov spoločnosti BMW Group zameraných na podporu efektívneho využívania automobilov +++  
Vizuálne odmeny za energeticky úspornú jazdu a informácie o cestách a emisiách CO<sub>2</sub> z energetického mixu v reálnom čase sa ukázali ako účinné +++

**Mníchov, Rotterdam.** Naše iniciatívy v spolupráci s mestami zahŕňajú výskum mobility a pilotné riešenia, ktoré zefektívnia jazdu a dopravu a znížia dopravné zápchy. Správanie v oblasti mobility je pre mestá dôležitým aspektom, najmä pokiaľ ide o riadenie a parkovanie vozidiel v mestských oblastiach. Preto skúmame, ako zlepšiť správanie našich zákazníkov v oblasti mobility k mestám a prispôbiť ho ich individuálnym potrebám. Prostredníctvom strategickej spolupráce, ako napríklad s mestom Rotterdam, môžu obe strany získať dôkladný prehľad o tom, čo mesto potrebuje, a ktoré riešenia vodiči dobre prijímajú. Naš výskum ukazuje, že správanie v oblasti mobility možno účinne ovplyvniť inšpiráciou, alebo, inak povedané, pozitívnou motiváciou ľudí.

Prostredníctvom atraktívnych digitálnych zážitkov sa snažíme zlepšiť zážitok z jazdy a povzbudiť našich zákazníkov k efektívnejšiemu využívaniu svojich vozidiel. Nedávno sa uzavreli tri pilotné projekty založené na relatívne malých, ale pozitívnych stimuloch. Poznatky z nich sú slubné.

### **Hlavné body**

Výskumný projekt s názvom My Travels (Moje cesty), ktorý sa uskutočnil v celom Holandsku v druhej polovici roka 2024 s modelmi značky BMW, poskytol používateľom správu o dĺžke ich ciest a ponúkol informácie o realistických alternatívach, ako sú cestovanie pešo, na bicykli, alebo verejnou dopravou. Výsledky ukázali, že samotné získanie prehľadu o vlastnom cestovateľskom správaní, vrátane informácií o dĺžke ciest a alternatívnych možnostiach cestovania, poskytuje motiváciu k výberu alternatívneho spôsobu dopravy namiesto auta. Tento výsledok je dokonale v súlade so snahou Rotterdamu uvoľniť cesty pre tých, ktorí ich skutočne potrebujú používať.

Okrem toho sme implementovali pilotný projekt s gamifikačným (hravým) prístupom s cieľom znížiť ekologickú stopu našich produktov vo fáze používania. Reálne údaje z našej flotily vozidiel značiek BMW a MINI ukazujú, že jazda v efektívnejšom zelenom režime vo všeobecnosti vedie k priemernému zníženiu spotreby energie o 7 %.

K prechodu vodičov na tento režim inšpiroval pilotný projekt Artwork Challenge (Výzva umeleckých diel). Uskutočnil sa v prvom štvrtroku tohto roka v najnovšej generácii plne



Tlačová správa

Dátum 11/2025

Téma Spoločnosť BMW Group dosahuje efektívnejšie využívanie vozidiel vďaka prehľadu o cestách, gamifikácii a nabíjaniu s ohľadom na emisie CO<sub>2</sub>

Strana 2

elektrických modelov MINI Countryman a Cooper a skúmal či gamifikácia môže podporiť energeticky efektívnejšie správanie pri jazde. V tomto pilotnom projekte sa virtuálne umelecké dielo (obrázok generovaný umelou inteligenciou) zväčšovalo, čím viac vodič jazdil v zelenom režime. Výsledky pilotného projektu ukazujú, že to účastníkov inšpirovalo k zvýšeniu podielu jazd v zelenom režime o 60 % v porovnaní so základnou fázou.

Výskumný projekt COOL (CO<sub>2</sub> Optimal Charging — Nabíjanie optimalizované podľa CO<sub>2</sub>) bol nakoniec terénny experiment, ktorý sa začal v apríli 2025. Jeho cieľom bolo poskytnúť vodičom plug-in hybridných vozidiel a elektromobilov prehľad o správaní pri nabíjaní a s ním súvisiacich emisiách CO<sub>2</sub>. Pomocou jednoduchej a prehľadnej aplikácie, ktorá zobrazuje emisie CO<sub>2</sub> na kWh elektriny v reálnom čase a upozorňuje používateľa, keď klesne pod určitú hodnotu, podporujeme rozhodnutie vodiča nabíjať v časovom intervale s nízkymi emisiami uhlíka.

Do tohto projektu sa zapojilo celkovo 355 vodičov elektrických a plug-in hybridných modelov značky BMW, čo prinieslo minimálne dva cenné výsledky. Gamifikácia zvýšila nabíjanie elektromobilov s nižšími emisiami CO<sub>2</sub> o 6 % a naznačuje, že aj účastníci, ktorí sú už environmentálne uvedomelí, sú stále ochotní podniknúť ďalšie kroky na zníženie svojho vplyvu na CO<sub>2</sub> nabíjaním svojich vozidiel elektrickou energiou s nižšími emisiami CO<sub>2</sub>.

Mesto Rotterdam a spoločnosť BMW Group využijú získané poznatky na vývoj udržateľnejších, na používateľa orientovaných konceptov mobility, ktoré zlepšia individuálnu mobilitu, aj ekosystém mestskej mobility.

#### **Pozadie a podrobnosti projektu My Travels Distances & Alternatives (Moje cesty, vzdialenosti a alternatívy)**

Tento výskumný projekt vznikol na základe bakalárskej práce vedenej Univerzitou v Münsteri. Na návrhu a analýze prieskumu spätnej väzby sa podieľala aj Erasmova univerzita v Rotterdame ako pravidelný výskumný partner spoločnosti BMW Netherlands. Tristo účastníkov, vodičov modelov značiek BMW a MINI z celej krajiny dostalo k dispozícii testovaciu aplikáciu, ktorá ponúkala jasný prehľad o cestovných zvykoch na podrobnejšej úrovni, ako poskytuje funkcia My Trips (Moje cesty), ktorú už zákazníci BMW a MINI poznajú z aplikácie My BMW a MINI.

Aplikácia obsahuje dva prvky: Vzdialenosti a Alternatívy. Prvý ponúka vodičovi transparentný prehľad jeho jazd automobilom. Koláčový graf umožňoval používateľom aplikácie na prvý pohľad vidieť, koľko jazd absolvovali týždenne vo vzdialenostiach do 1



Tlačová správa

Dátum 11/2025

Téma Spoločnosť BMW Group dosahuje efektívnejšie využívanie vozidiel vďaka prehľadu o cestách, gamifikácii a nabíjaniu s ohľadom na emisie CO<sub>2</sub>

Strana 3

kilometra, 1 – 5 kilometrov a viac ako 5 kilometrov. Alternatívy poskytovali prehľad o tom, ktoré realistické alternatívy by boli možné pre konkrétne cesty: pešo, na bicykli, alebo verejnou dopravou, vrátane akejkoľvek úspory vzdialenosti a/alebo času. Výskumná otázka znela: Znížia aktívni používatelia aplikácie počet ciest na základe správy z cesty a odporúčaní alternatívnych spôsobov dopravy ako neaktívni používatelia?

### Výsledky My Travels Distances & Alternatives

Analýza ukázala, že aktívni používatelia aplikácie znížili počet ciest autom týždenne v porovnaní s účastníkmi, ktorí aplikáciu nepoužívali. To znamená, že samotné získanie prehľadu o vlastnom cestovnom správaní a informácií o alternatívnych možnostiach cestovania motivuje k tomu, aby človek raz týždenne automobil nepoužil, čo potenciálne znižuje dopravné zápchy v meste.

Pri bližšom pohľade na týždenné cesty sa vodiči rozhodli nechať vozidlo odstavené doma ešte častejšie: aktívni užívatelia absolvovali v priemere o 1,5 cesty menej (do piatich kilometrov). Inými slovami, vyhli sa viac ako jednej krátkej ceste. Cez víkendy sa nepozoroval žiadny významný pokles používania vozidla.

Faktory ovplyvňujúce výber účastníkov sa týkali načasovania (pracovný deň, alebo víkend), poveternostných podmienok a osobnej situácie (s deťmi, alebo bez nich). Vyplynulo to z komplexného prieskumu, ktorý tvoril súčasť výskumu. Na otázku, pri ktorých typoch ciest účastníci najviac inklinovali k výmene vozidla za alternatívnu dopravu, tri najčastejšie boli: 1) do parku, reštaurácie atď., 2) do posilňovne, 3) do supermarketu. Vyzdvihovanie a odvoz detí zostáva preferovaným spôsobom pri cestách automobilom, o čom svedčí aj posledné miesto v rebríčku.

Keď sa ich pýtali na tri hlavné dôvody, prečo nechať automobil doma, najčastejšie tri boli: 1) trvanie cesty, 2) pohodlie a dostupnosť alternatívnych spôsobov dopravy, 3) poveternostné podmienky.

### Pozadie a detaily Artwork Challenge (Výzva umeleckých diel)

Tento pilotný projekt vyplynul z absolventského projektu v rámci vývojového oddelenia spoločnosti BMW Group, ktoré navrhuje (produktové) riešenia v oblasti energie a udržateľnej/mestskej mobility, ako súčasť programu Connected company (Prepojená spoločnosť). Hlavným cieľom mnohých ich projektov je podpora efektívnych dopravných návykov s cieľom podporiť potenciálne zníženie emisií CO<sub>2</sub> vo fáze používania. Cieľom umeleckej výzvy bolo dosiahnuť trvalú zmenu v správaní vodičov prostredníctvom umeleckých stimulov.

Tlačová správa

Dátum 11/2025

Téma Spoločnosť BMW Group dosahuje efektívnejšie využívanie vozidiel vďaka prehľadu o cestách, gamifikácii a nabíjaniu s ohľadom na emisie CO<sub>2</sub>

Strana 4

Pilotného projektu sa zúčastnilo 130 účastníkov. Títo vodiči získavali odmeny za používanie efektívnejšieho zeleného režimu svojich vozidiel značky MINI. Čím častejšie sa tento režim používal, tým viac sa rozvíjalo umelecké dielo vygenerované umelou inteligenciou (pozostávajúce zo štylizovaných rastlín, alebo zvierat). Obrázok sa potom zobrazoval na centrálnej obrazovke na začiatku každej jazdy.

### **Výsledky Artwork Challenge**

Reálne údaje z našej flotily vozidiel značiek BMW a MINI ukazujú, že jazda v úspornejšom zelenom režime vo všeobecnosti vedie k zníženiu priemernej spotreby energie o 7 %. Výzva Artwork Challenge povzbudila účastníkov, aby zvýšili svoj podiel jazd v zelenom režime na 40 % v porovnaní s 25 % v základnej fáze, čo predstavuje nárast o 60 %.

### **Pozadie a podrobnosti pilotného projektu COOL**

V oblasti inteligentného nabíjania stále vidno určité nedostatky, ktoré si zaslúžia riešenie. Inteligentné nabíjanie v súčasnosti umožňuje cenovo výhodné nabíjanie iba doma, ale optimálne technológie nabíjania ešte nie sú na trhu s elektromobilmi široko dostupné. Okrem toho chýba povedomie o vplyve správania sa pri nabíjaní na uhlíkovú stopu elektromobilu. Hoci je cenovo zvýhodnené nabíjanie dostupné pre dynamické tarify nabíjania, často mu chýba optimalizácia zameraná na zníženie emisií CO<sub>2</sub>.

Myšlienkou bolo poskytnúť používateľom jasné informácie o emisiách CO<sub>2</sub> v energetickom mixe krajiny, čo im umožní presunúť počas dlhšieho cyklu nabíjanie na časové úseky, ktoré sú lepšie z hľadiska emisií CO<sub>2</sub>. Použitím konceptu inšpirácie sme sa snažili povzbudiť a riadiť prospešné správanie pri nabíjaní. Tento prístup by mal v konečnom dôsledku prispieť k zníženiu uhlíkovej stopy vo verejných, aj súkromných priestoroch.

Výskumná otázka znela: ako môžu stimuly efektívne ovplyvniť načasovanie nabíjania elektromobilov tak, aby sa zosúladiť s obdobiami s vyšším podielom energie z obnoviteľných zdrojov?

Pilotný projekt, ktorý sa konal od apríla do júla 2025, zahŕňal 355 vodičov elektrických vozidiel značky BMW v Holandsku. V holandčine a angličtine bola prostredníctvom aplikácie 360° Mobility pre iOS sprístupnená funkcia digitálneho nabíjania s názvom COOL. Táto jednoduchá a prehľadná aplikácia zobrazovala emisie CO<sub>2</sub> na kWh elektriny v reálnom čase a upozornila používateľa, keď klesla pod určitú hodnotu. Údaje o nabíjaní a vozidlách od všetkých registrovaných účastníkov sa následne zhromaždili v platformách BMW Labs. Okrem toho 14 účastníkov absolvovalo aj kvalitatívne rozhovory s cieľom získať podrobnejšie informácie.

Tlačová správa

Dátum 11/2025

Téma Spoločnosť BMW Group dosahuje efektívnejšie využívanie vozidiel vďaka prehľadu o cestách, gamifikácii a nabíjaniu s ohľadom na emisie CO<sub>2</sub>

Strana 5

### **Výsledky pilotného projektu COOL**

Celkovo prešlo analýzou 13 153 nabíjacích relácií a v 67 z 87 dní boli identifikované časové úseky s čistejším energetickým mixom. Účastníkov sme prostredníctvom gamifikácie úspešne povzbudili, aby presunuli svoje nabíjacie relácie do časových úsekov s očakávaným čistejším energetickým mixom v Holandsku, ktorá dosiahla 6 % nárast v porovnaní s kontrolnou skupinou. Naopak, poskytovanie predpovedí a štatistík samotné nemalo žiadny významný účinok. Vodiči plug-in hybridných vozidiel zmenili svoje správanie pri nabíjaní s menšou pravdepodobnosťou. Zákazníci vyjadrili tri veci:

- Preferencia jednoduchšej, alebo automatickej integrácie do ich zvykov.
- Technické zosúladenie s existujúcimi energetickými aplikáciami.
- Dostupnosť jedného zdroja informácií pre optimálne časové úseky.

Prieskum po pilotnom projekte s 90 účastníkmi odhalil ďalší cenný poznatok. Na otázku, či by účastník bol ochotný vynaložiť mimoriadne úsilie na nabíjanie so zníženými emisiami CO<sub>2</sub>, napríklad nastavením nabíjacieho okna v aplikácii, 73 % účastníkov odpovedalo áno. Je pozoruhodné, že 62 % týchto environmentálne motivovaných účastníkov už má zmluvu o zelenej elektrine. To naznačuje, že aj tí, ktorí sa už zaviazali k udržateľnému využívaniu energie, sú otvorení podniknúť ďalšie kroky na ďalšie zníženie svojej emisnej stopy CO<sub>2</sub> prostredníctvom nabíjania v oknách s nízkymi emisiami.

### **Smart City Travel (Inteligentné cestovanie v meste) ako predchodca projektu My Travel (Moje cesty)**

Mesto Rotterdam a automobilka BMW spustili v roku 2022 pilotný projekt Smart City Travel. Tento projekt sa zamerával na motoristov, ktorí (pravidelne) jazdia z okolia mesta smerom do centra Rotterdamu. Spoločnosť BMW Group, mesto Rotterdam a Erasmova univerzita v Rotterdame skúmali spôsoby, ako motivovať motoristov, aby zaparkovali svoje automobily na parkovisku typu park and ride (P+R) na okraji mesta a pokračovali v záverečnej časti svojej cesty verejnou, alebo zdieľanou dopravou. Otázka znela: ako treba vodičov vozidiel značky BMW motivovať k tomu, aby túto voľbu urobili vopred, a potom skutočne zmenili spôsob dopravy, keď sa v navigácii aktívne ponúka alternatívny spôsob dopravy?

Výsledky ukázali, že informácie o alternatívnej doprave by nemali prísť do auta až po začatí cesty, pretože ľudia na to nie sú pripravení, alebo z praktických dôvodov (žiadny kabát, príliš veľa vecí) nemôžu, alebo nechcú prejsť na iný spôsob dopravy. To viedlo k myšlienke zamerať sa viac na transparentnosť a poskytnúť vodičom prehľad o ich cestách a ponúknuť alternatívy podľa potreby (pred, alebo po ceste) v aplikácii.



Tlačová správa

Dátum 11/2025

Téma Spoločnosť BMW Group dosahuje efektívnejšie využívanie vozidiel vďaka prehľadu o cestách, gamifikácii a nabíjaniu s ohľadom na emisie CO<sub>2</sub>

Strana 6

### **Spolupráca s Rotterdamom od roku 2018.**

Bezpečné a zdravé mesto s vysokou kvalitou života je pre rotterdamskú samosprávu vysoko hodnotené. To si vyžaduje novú víziu mobility budúcnosti, v ktorej zohrávajú kľúčovú úlohu udržateľnosť, bezpečnosť cestnej premávky, dostupnosť a plynulosť. Spoločnosť BMW Group a mesto Rotterdam spolupracujú od roku 2018 na realizácii týchto spoločných ambícií a na pilotných riešeniach mobility zameraných na integráciu automobilu do ekosystému mesta s vysokou kvalitou života.

### **Kontakt pre médiá:**

BMW Slovenská republika

Milan Stupka

Corporate Communications Manager

Mobil: 00 421 903 28 34 97

E-mail: milan.stupka@bmwgroup.com

### **BMW Group**

Spoločnosť BMW Group je prostredníctvom štyroch značiek BMW, MINI, Rolls-Royce a BMW Motorrad najväčším výrobcom prémiových automobilov a motocyklov na svete a zároveň ponúka aj prémiové finančné služby. Výrobná sieť spoločnosti BMW Group pozostáva z viac ako 30 výrobných a montážnych závodov po celom svete. Predajnú sieť tvoria zastúpenia vo viac ako 140 krajinách.

Spoločnosť BMW Group zaznamenala v roku 2024 celosvetový predaj viac než 2,45 mil. osobných automobilov a viac než 210 000 motocyklov. V hospodárskom roku 2024 činil zisk pred zdanením 11,0 miliardy eur, celkový obrat dosiahol výšku 142,4 miliardy eur. Spoločnosť BMW Group zamestnávala k 31. decembru 2024 po celom svete 159 104 zamestnancov.

Hospodársky úspech spoločnosti BMW Group sa vždy zakladal na vizionárskom myslení a na zodpovednom konaní. Trvalá udržateľnosť predstavuje kľúčový prvok korporátnej stratégie spoločnosti BMW Group a pokrýva všetky produkty od dodávateľského reťazca, cez výrobu, až po koniec fázy používania všetkých produktov.



Tlačová správa

Dátum 11/2025

Téma Spoločnosť BMW Group dosahuje efektívnejšie využívanie vozidiel vďaka prehľadu o cestách, gamifikácii a nabíjaniu s ohľadom na emisie CO<sub>2</sub>

Strana 7

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

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>

### **BMW Slovenská republika – priamy zástupca výrobcu na Slovensku**

BMW Slovenská republika, ako priamy slovenský zástupca výrobcu BMW Group v Mníchove, vznikol v roku 2006. Spoločnosť ponúka prémiové automobily, motocykle a služby a sleduje stratégiu partnerstiev pre dlhodobu udržateľnú predajnú a servisnú sieť. Sieť miestnych partnerov tvorí:

Desať autorizovaných predajcov so servisom automobilov značky BMW – Auto Palace a Bavaria Bratislava v Bratislave, Lion Car v Banskej Bystrici, Dunauto v Dunajskej Strede, Rija Bavaria v Nitre, T.O.B. v Trenčíne, Bavaria TT v Trnave, MD Bavaria v Žiline, Regnum Bavaria v Prešove a Regnum Košice v Košiciach.

Jedna samostatná autorizovaná servisná prevádzka značky BMW v Bratislave – Group M.

Dvaja autorizovaní predajcovia MINI so servisom značky v Bratislave a v Košiciach a samostatné autorizované servisné prevádzky značky MINI v Banskej Bystrici, Bratislave, Nitre a Žiline.

Štyria autorizovaní predajcovia motocyklov BMW so servisom v Banskej Bystrici, Bratislave, Košiciach a v Žiline.

BMW Financial Services Slovakia, s.r.o., je priamy zástupca celosvetovej divízie BMW Financial Services poskytujúcej finančné a poisťné produkty v rámci skupiny BMW Group.

Hodnoty spotreby paliva, emisií CO<sub>2</sub>, spotreby elektrickej energie a zobrazené rozsahy sú stanovené podľa európskeho nariadenia (EC) 715/2007 v znení uplatniteľnom v čase typového schválenia. Namerané hodnoty sú na základe cyklu WLTP podľa smernice (EC) 1151/2017 a môžu sa líšiť v závislosti od zvolenej výbavy. Uvedený rozsah hodnôt zohľadňuje rôzne konfigurácie zvoleného modelu a nie je súčasťou akejkoľvek ponuky, je určený výlučne na porovnanie. Príručka o spotrebe paliva a emisiách CO<sub>2</sub>, ktorá obsahuje údaje o všetkých modeloch nových osobných automobilov, je bezplatne k dispozícii v každom predajnom mieste.