



Presse-Information
29. Oktober 2025

BMW feierte Innovation, Lifestyle und digitale Kreativität beim ApeFest 2025 in Las Vegas.

+++ ApeFest erstmals in Las Vegas +++ Premiere für exklusives PAC-MAN In-Car-Game im BMW XM Label mit BMW Lifestyle-Elementen +++ Digitaler BMW Ape „Max“ präsentierte BMW Lifestyle Kollektion +++ Live-Performancekünstler Pauser gestaltete aus BMW Koffern Graffitikunstwerke +++ BMW M3 wurde zum „Content-Studio“ +++

Las Vegas. Nach dem erfolgreichen Auftritt beim ApeFest 2024 in Lissabon war BMW in diesem Jahr erneut Teilnehmer beim Web3-Tech-Community-Event. Die Fortsetzung der Kooperation mit der Bored Ape Yacht Club (BAYC) Community stärkt die Verbindung von digitaler Kultur, Technologie und Lifestyle. Das ApeFest 2025 fand am 24. Oktober erstmals in Las Vegas statt und knüpfte eine enge Verbindung mit der ComplexCon (25.–26. Oktober) – einem Event, das Street Culture, Mode, Kunst und Technologie miteinander vereint.

„Wir freuen uns über die Kollaboration mit dem Bored Ape Yacht Club (BAYC), da sie uns die Chance gibt, die digitale Transformation ‚im BMW Stil‘ voranzutreiben und auch unser Know-how in Web3 weiter auszubauen. Auf diese Weise entsteht für BMW ein Playground für innovative und führende Marken- und Produkterlebnisse,“ sagte Ulrike von Mirbach, Vice President, BMW Customer Formats and Brand Experiences.

Das ApeFest wird jährlich vom Bored Ape Yacht Club (BAYC) ausgerichtet. Es richtet sich in erster Linie an Besitzer von digital goods, auch NFTs genannt, die auf der innovativen und auch für BMW relevanten Technologie der Blockchain basieren. Der BAYC ist eine der renommiertesten NFT-Kollektionen der US Firma Yuga Labs und umfasst insgesamt 10.000 einzigartige digitale Sammlerstücke, die stilisierte Affen-Motive zeigen. Das ApeFest richtet sich an eine Community, die sich durch ihre hohe Technologieaffinität, bemerkenswerte kreative Schaffenskraft und ausgeprägte Innovationsfreude auszeichnet und damit ideal zur Marke BMW passt. Beim ApeFest kommen diese Menschen zusammen, um sich zu vernetzen und die Zukunft der Web3-Technologie zu gestalten. Sie treffen sich, um Zugang zu exklusiven digitalen Inhalten und Erlebnissen zu gewinnen und auch neue Businessideen zu entwickeln.



Presse-Information

Datum 29. Oktober 2025

Thema BMW feierte Innovation, Lifestyle und digitale Kreativität beim ApeFest 2025 in Las Vegas.

Seite 2

In diesem Jahr war BMW erneut als Partner mit am Start. In Las Vegas standen bei BMW drei Schwerpunkte im Fokus:

In-Car-Game: Spielen wird Teil des Fahrerlebnisses.

BMW hat in Zusammenarbeit mit AirConsole und Bandai Namco ein exklusives PAC-MAN Championship Edition*-Spiel für seine Fahrzeuge entwickelt. In dieser einzigartigen Version versucht der legendäre PAC-MAN, Gegenstände wie einen BMW M Babyracer und einen BMW XM Label sowie Artikel aus der BMW M Lifestyle-Kollektion zu sammeln.

Das Spiel wurde ursprünglich als AirConsole-Erlebnis in einem BMW XM Label auf dem ApeFest vorgestellt und markiert eine bedeutende Zusammenarbeit, da PAC-MAN das 45-jährige Jubiläum seines klassischen Debüts feiert. Das M Modell, das für seine Mischung aus Leistung, Extrovertiertheit und Technologie bekannt ist, wird so zur Bühne für das legendäre Spiel. Nach seiner Premiere auf dem ApeFest wird dieses PAC-MAN-Spiel in allen BMW Modellen, die mit der erforderlichen Technologie ausgestattet sind, eingeführt und verfügbar sein.

Diese Initiative ermöglicht es Spielern, direkt in ihrem Fahrzeug in die Welt von PAC-MAN einzutauchen, und zeigt eine konkrete Verbindung zwischen Fahrzeugtechnologie, Unterhaltung und digitaler Innovation.

BMW bietet bereits eine Reihe von In-Car-Spielen für AirConsole an und sorgt so für ein erstklassiges Unterhaltungserlebnis im Fahrzeug. Ein wesentliches Merkmal ist die Verwendung von Smartphones als Controller: Die Spieler scannen einfach einen QR-Code auf dem Display des Fahrzeugs, um eine Verbindung herzustellen. Dieses System schafft ein einzigartiges und nahtloses Spielerlebnis und unterstützt sogar einen Mehrspielermodus, in dem bis zu sieben Personen gemeinsam spielen können. Dadurch wird das Fahrzeug zu einer mobilen Spielhalle für die ganze Familie.

*PAC-MAN™ Championship Edition & ©Bandai Namco Entertainment Inc.

BMW Lifestyle Kollektion traf auf digitale Inszenierung.

Ein weiterer Schwerpunkt auf dem ApeFest war die Präsentation der neuen BMW M Kollektion. Diese wurde vom Kollaborationspartner individualisiert und trägt das Branding des „Bored Ape Bimmer Club“ (BABC).



Presse-Information

Datum 29. Oktober 2025

Thema BMW feierte Innovation, Lifestyle und digitale Kreativität beim ApeFest 2025 in Las Vegas.

Seite 3

Vorgestellt wurde sie im Rahmen einer Liveshow von „Max“, dem BMW eigenen digitalen Ape. Als animierter 3D-Charakter präsentierte „Max“ die Kollektion auf charmante und innovative Weise. Das digitale Model wurde so zum Bindeglied zwischen realer Mode und digitalem Erlebnis.

Über QR-Codes konnten Besucherinnen und Besucher direkt auf die Produktseiten der Kollektion zugreifen. Das Zusammenspiel von physischen und digitalen Elementen schaffte eine neue Form der Markeninszenierung – offen, authentisch und technikaffin.

Künstlerische Installation: Design als Gemeinschaftserlebnis.

Einen weiteren Akzent setzte BMW mit einer Live-Performance des Künstlers Pauser (@Pausrr). Er hatte aus 24 schwarzen BMW Koffern ein großformatiges Graffiti-Kunstwerk geschaffen. Jeder der Koffer wurde individuell gestaltet und zudem noch personalisiert – etwa mit Initialen und persönlichen Symbolen – und damit zum absolut einzigartigen Sammlerstück, das anschließend verkauft wurde.

Die Installation stand sinnbildlich für die Themen Identität, Mobilität und Design. Jedes Stück ist eigenständig, ergab aber im Zusammenspiel ein komplexes Kunstwerk, das den Community-Charakter der Aktion nochmals unterstrich.

Performance trifft digitale Kultur.

Darüber hinaus war BMW mit einer exklusiven VIP-Fahrzeugflotte unter anderem mit dem BMW XM Label und dem BMW X7 vor Ort vertreten. Ein weiterer Bestandteil beim ApeFest war ein auffällig gestalteter BMW M3 des BMW Performance Centers USA (Thermal), der als „Content Studio“ für Creators, Medien und Gäste diente. Das High-Performance-Modell wurde zum Dreh-, Foto- und Interviewpunkt, an dem Inhalte rund um Design, Technik und Lifestyle entstanden. Hier verbanden sich Produkterlebnisse mit digitaler Kommunikation.

Der gesamte Auftritt von BMW in Las Vegas war als offene Markenfläche gestaltet – mit Zonen für Gaming, Mode, Kunst und Begegnung. So entstand ein Raum, der anstelle klassischer Produktpräsentationen auf Interaktion und Austausch setzte. BMW Classic Cars der regionalen BMW Community – Mitglieder aus Südkalifornien präsentierten ihre Fahrzeuge vor dem Gelände in AREA15 – bildeten eine Brücke zwischen Vergangenheit und Zukunft.

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum 29. Oktober 2025

Thema BMW feierte Innovation, Lifestyle und digitale Kreativität beim ApeFest 2025 in Las Vegas.

Seite 4

Mit der erneuten Teilnahme am ApeFest stärkte BMW seine Präsenz in einem Umfeld, das technologische und kulturelle Trends zusammenführt – und zeigte einmal mehr, wie Mobilität, Lifestyle und digitale Kultur miteinander in Dialog treten können.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Cypselus von Frankenberg, Produktkommunikation BMW Automobile

Telefon: +49-89-382-30641

E-Mail: Cypselus.von-Frankenberg@bmw.de

Alexandra Landers, Leiterin Produkt-, Markenkommunikation BMW

Telefon: +49-89-382-30871

E-Mail: Alexandra.Landers@bmw.de

Internet: www.press.bmwgroup.com

E-Mail: presse@bmw.de

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 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 2,45 Mio. Automobilen und über 210.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2024 belief sich auf 11,0 Mrd. €, der Umsatz auf 142,4 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2024 beschäftigte das Unternehmen weltweit 159.104 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensstrategie der BMW Group, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

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>