

Presse-Information

27. Juli 2026

40 Jahre BMW M3: BMW Group und LEGO Gruppe feiern die Motorsportlegende mit der Erlebniswelt „The Ultimate Playground“ in Berlin.

- Zum Jubiläum der Marken-Ikone BMW M3 realisieren die BMW Group und die LEGO Gruppe erstmals ein gemeinsames multidimensionales Projekt.
- Die Erlebniswelt „The Ultimate Playground“ ist am 1. August im Berliner Kulturquartier Alte Münze zu erleben.
- Besucherinnen und Besucher erwarten in verschiedenen interaktiven Räumen sechs Generationen des BMW M3.
- Im Mittelpunkt steht der BMW M3 (E30) mit exklusiver LEGO® Folierung, zusammen mit dem LEGO® Speed Champions BMW M3 (E30), der an diesem Tag in den Handel startet.

München/Berlin. Der BMW M3 zählt zu den erfolgreichsten und bekanntesten Fahrzeugen der BMW M GmbH. Seit seiner Premiere im Jahr 1985 verbindet das Modell Motorsporttechnologie mit Alltagstauglichkeit und hat über sechs Generationen Maßstäbe im Segment der Hochleistungsfahrzeuge in der Mittelklasse gesetzt. Zum 40-jährigen Jubiläum des BMW M3 (E30) feiern die BMW Group und die LEGO Gruppe die Motorsportlegende mit einem besonderen Erlebnisformat: „The Ultimate Playground“ verwandelt am Samstag, dem 1. August 2026 zwischen 10 und 20 Uhr, das Kulturquartier Alte Münze in Berlin in eine Erlebniswelt für Fans von Automobilen, Motorsport und kreativem Bauen. Auf mehreren interaktiven Flächen erleben Besucherinnen und Besucher sechs Generationen des BMW M3 aus neuen Perspektiven. Das Event markiert die erste Co-Creation der beiden Traditionsmarken in einem multidimensionalen Projekt.

Automobile Ikone wird zum Live-Erlebnis.

Das Herzstück der Ausstellung bildet ein historisches BMW M3 (E30) Showcar mit exklusiver LEGO® Folierung. Gemeinsam mit dem [LEGO® Speed Champions BMW M3 \(E30\)](#) Set wird das Fahrzeug vor einer 20 Meter breiten LED-Wand präsentiert. Zusätzlich steht bei einer zweieinhalb Meter hohen Installation die jüngste Generation des BMW M3 im Mittelpunkt, und EPIC Gaming Stations ermöglichen zwischendurch eine spielerische Auszeit.

BMW M Momente zum Anfassen, Entdecken und Mitmachen.

Im Lichthof des Kulturquartiers Alte Münze können Besucherinnen und Besucher die Historie weiterer BMW M3 Generationen erkunden. Zwei

vollständig aus LEGO® Steinen gebaute Fahrzeugtüren werden zum Fotospot für unvergessliche Aufnahmen. Live DJs machen Stimmung, für Beats und Sound sorgt „The Ultimate Sound Machine“, ein BMW XM Label (Kraftstoffverbrauch gewichtet kombiniert in l/100 km: 5,3; mit entladener Batterie: 12,9; CO₂-Emissionen gewichtet kombiniert in g/km: 121; Stromverbrauch gewichtet kombiniert in kWh/100 km: 25,7; CO₂-Klasse: D; mit entladener Batterie: G; elektrische Reichweite in km: 77), der umfangreich auf den Einsatz als professionelle DJ-Stage umgerüstet wurde.

Im „Creative Lab“ in der Zählhalle können Gäste unter dem Motto „The Engineers of Tomorrow“ eigene Designs entwickeln, Schlüsselanhänger aus LEGO® Steinen bauen und personalisierte Sticker plotten. Für eine kurze Pause von den vielen Erlebnissen bietet sich das BMW M Clubhouse an. Zudem kann ein Blick auf die jüngsten Kollektionen von BMW Lifestyle geworfen werden.

BMW M3 (E30): Ursprung der Motorsportlegende.

Seinen ersten offiziellen Auftritt hatte der BMW M3 (E30) im Jahr 1985 auf der Internationalen Automobil-Ausstellung in Frankfurt am Main, 1986 waren die Serienmodelle verfügbar. Die erste Generation des BMW M3 verfügte über einen 2,3-Liter-Vierzylinder mit Vierventiltechnik, 147 kW/200 PS und ein Fahrzeuggewicht von 1.200 Kilogramm. Die Kombination aus geringem Gewicht, hoher Drehfreude und konsequenter Motorsportauslegung bildete die Grundlage für eine außergewöhnliche Erfolgsgeschichte.

Auf der Rennstrecke entwickelte sich der BMW M3 (E30) zu einem der erfolgreichsten Tourenwagen der Motorsportgeschichte. Er feierte weltweit Siege, unter anderem in der DTM, der Tourenwagen-Weltmeisterschaft und beim 24-Stunden-Rennen auf dem Nürburgring. Über sechs Modellgenerationen hinweg hat sich der BMW M3 kontinuierlich weiterentwickelt und verbindet bis heute Motorsporttechnologie und außergewöhnliche Fahrdynamik mit ausgezeichneter Alltagstauglichkeit. Zutaten, die den BMW M3 seit nun vier Jahrzehnten zu einer der prägenden Ikonen der BMW M GmbH gemacht haben.

Unternehmenskommunikation**Presse-Information**

Datum 27. Juli 2026

Thema 40 Jahre BMW M3: BMW Group und LEGO Gruppe feiern die Motorsportlegende mit der Erlebniswelt „The Ultimate Playground“ in Berlin.

Seite 3

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.landern@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 2025 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 2,46 Mio. Automobilen und über 202.500 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2025 belief sich auf 10,2 Mrd. €, der Umsatz auf 133,5 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2025 beschäftigte das Unternehmen weltweit 154.540 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>