



# Content Spotlight

Deutschland, November 2025



**Neue Nahbarkeit**



# NEUE NAHBARKEIT

Im September 2025 veranstaltete Gaming Creator HandOfBlood mit Kolleg\*innen einen Community-Flohmarkt in Spandau. Fans ergatterten dort Second-Hand- Schätze und Requisiten aus Hännos Videos – echte Erinnerungsstücke statt Massen-Merch.

Hännos Job als Veranstaltungsleiter und Standhalter ging über reine Bühnenpräsenz hinaus und sorgte für eine entspannte, persönliche Atmosphäre mit organischen Kontaktmomenten. Noch wichtiger: Der Flohmarkt bot den Fans die Gelegenheit, locker unter sich abzuhängen. Das Event glich einem Stadtfest mit Foodtrucks, dessen gesamter Erlös einem lokalen Tierheim zugute kam.

Momente wie "Pudding mit Gabel" zeigen den aktuellen Hunger auf lockere Offline-Begegnungen – weniger Großevent, mehr Stammtisch. Der Trend hat einen ersten Hintergrund: 68 % der 18- bis 39-Jährigen in Deutschland fühlen sich zumindest gelegentlich einsam.<sup>1</sup>

Feste Anlaufpunkte wie [Holle21614s](#) Dönerladen oder HeyAarons [DerKiosk](#) sind perfekte Beispiele. Sie bieten Fans einen sozialen Mehrwert für die Nachbarschaft und zugleich einen finanziellen Mehrwert für die Creator. Solche Schnittstellen zwischen URL und IRL (in Real Life) im Alltagsleben werden wichtiger. Marken, die solche "Dritten Orte" fördern, können enorme Loyalität gewinnen, denn hier pflegen Online-Communities ihren Offline-Zusammenhalt.

1) [Techniker Krankenkasse](#), 2024.

2) YouTube Kanal, Abonnenten und Aufrufe im November 2025



**Holle21614**  
MEIN DÖNER UND DER  
PREIS DEN IHR ZAHLEN  
MÜSST!



**DER KIOSK**  
WIR WURDEN AUSGERAUBT

## BEISPIELE VON CREATORN<sup>2)</sup>

Kanalname	Abonnenten	Abrufe (Total)
<a href="#">HandOfBlood</a>	👤 2,89M	↗️ 1,2 Mrd.
<a href="#">HeyAron</a>	👤 1,52M	↗️ 506 Mio.
<a href="#">KikisKitchen</a>	👤 745k	↗️ 196 Mio.
<a href="#">Holle21614</a>	👤 467k	↗️ 120 Mio.
<a href="#">Delay Sports Berlin</a>	👤 283k	↗️ 50 Mio.