



Trend Monitor

Deutschland, November 2025



STEAL A BRAINROT

Ein simples Roblox-Game, "Steal a Brainrot", bricht Rekorde: Spieler sammeln und stehlen hier virtuelle Figuren italienischer Brainrot-Memes, was zu über [25 Millionen gleichzeitigen Nutzern](#) führte. Was steckt dahinter?

Digitale Räume in Games sind längst soziale Treffpunkte und Orte der Videokreation. Allein im August feierte [YouTube über eine Billion Views für Roblox-Videos](#). User wie [WannaBe](#) teilen dort nicht nur Gameplay, sondern vor allem "offenes Spiel": gemeinsames Abhängen, Comedy oder komplett geskriptete Geschichten. Daraus entstehen oft Serien in Gruppenarbeit, die über Jahre laufen, wie "Minecraft Helden 2" mit Creatorn wie [Benx](#), [AwesoneElina](#) und [SYou](#).

Gaming als erzählerische Bühne ist kein Kinderspiel; die "Sims"-Community spinnt seit 20 Jahren eigene Geschichten. Ob scripted oder Improv, von tiefgründigem Drama bis zur Daily Soap – Creator*innen wie [Simfinity](#), [Misha KayKay](#) und sogar [Gronkh](#) haben sich hier bereits ausgetobt.

Marketer sollten verstehen, dass Games zentrale Orte für Begegnungen und Performance sind. Kampagnen, die bei diesem "offenen Spiel" mitmischen, finden ganz natürlich Anschluss bei jungen Konsumenten.



Simfinity

Ich habe ein Pizza Restaurant in die Sims 4 eröffnet und das passiert ! (Part 12)



Misha KayKay

OMG! Wie wird SIE es aufnehmen? Die Sims 4: Cinderella Legacy #35

BEISPIELE VON CREATORN¹⁾

Kanalname	Abonnenten	Abrufe (Total)
WannaBe	1,55 Mio.	663 Mio.
AwesoneElina	1,06 Mio.	653 Mio.
SYou	1,1 Mio.	348 Mio.
Simfinity	292k	159 Mio.
Misha KayKay	62k	32 Mio.