

## Millionenmarkt Retro-Games

Weniger um sozialen Status als vielmehr um pure Nostalgie geht es im Markt der Retro-Videospiele und -Konsolen. Der Game Boy zum Beispiel – den es seit 1989 gibt – ist 30 Jahre nach seinem Erscheinen immer noch die zweiterfolgreichste Handheld-Konsole der Welt (nach dem Nintendo DS von 2004). Und er erfreut sich auch heute noch offenbar ungebrochener Beliebtheit. Bei Ebay suchten Anfang 2018 durchschnittlich 3.000 Nutzer pro Tag nach dem Game Boy. Ende 2018 waren es schon 4.000, Mitte 2019 durchschnittlich 5.000 Nutzer. Pro Tag wird bei Ebay derzeit alle 17 Sekunden nach einem Game Boy gesucht.



Nicht totzukriegen: Im Jahr 2019 suchen Ebay-Kunden im Schnitt alle 17 Sekunden nach einem Game Boy. (© patat/Shutterstock.com)

Dies scheint allerdings verschmerzbar, denn Spielkonsolen aus den 90er-Jahren und die dazugehörigen Videospiele werden nicht nur rar, sie werden auch mit jedem Jahr teurer. „Viele der Spiele und Konsolen haben über die Jahre erheblich an Wert gewonnen. Viele Games, die damals 20 Euro wert waren, haben heute einen Marktpreis von einigen hundert Euro, wie beispielsweise SNES- und Game-Boy-Spiele mit Originalverpackung in neuwertigem Zustand. So haben wir schon Spiele für 1.500 Euro gebraucht verkauft, die früher neu 60 DM gekostet haben.“ Wer noch ein paar Spiele aus Kindheitstagen auf dem Dachboden hat, sollte also ruhig mal einen Blick riskieren.



Vom SNES Classic Mini wurden seit seinem Erscheinen im Herbst 2017 über 5,2 Millionen Exemplare verkauft. (© Interneteable/Shutterstock.com)

Dass sich die Sehnsucht nach dem guten Alten in den vergangenen Jahren enorm verstärkt hat, bestätigt auch Julian Meyn, Geschäftsführer des Online-Shops „Konsolenkost“. Konsolenkost hat es mit dem Verkauf von Retro-Konsolen und den zugehörigen Spielen auf mittlerweile über eine Million Kunden gebracht. Vor 13 Jahren startete Meyn mit seinem Freund und Geschäftspartner Sebastian Kost Konsolenkost mit dem Ziel, den „coolsten Retro-Games-Shop“ aufzubauen. „Wir haben aber auch damals schon Neuware und gebrauchte aktuelle Games und Konsolen verkauft. Der ‚Retro-Trend‘ bestand damals auch schon, auch wenn man das Gefühl hat, er hat sich in den letzten Jahren noch verstärkt.“ Dafür sorgten nicht zuletzt die Hersteller selbst. Nintendo entfachte mit den Classic-Mini-Versionen des NES und des Super Nintendo einen enormen Hype. „Gerade das SNES Mini war ein Mega-Erfolg für Nintendo und schnell vergriffen. Fans und Sammler zahlten bei Ebay und Amazon sehr hohe Preise, um die letzten verfügbaren Exemplare zu bekommen. Die Preise haben sich teilweise verdreifacht, bis Nintendo dann endlich nachliefern konnte“, erzählt Meyn. Das sei für Konsolenkost sogar ein zweischneidiges Schwert gewesen, denn es habe dafür gesorgt, dass der Umsatz mit den Original-Vorbildern der Mini-Konsolen zwischenzeitlich zurückgegangen sei.

## Retro-Dauerrend

Von einem Retro-Trend zu sprechen, ist aber nur die halbe Wahrheit. „Schon in Schriften aus dem 15. und 16. Jahrhundert wird mit Nostalgie gearbeitet“, weiß Kai-Markus Müller. Der Unterschied ist der, dass der Wechsel heute viel schneller geschieht als früher. Die Schallplatte wird in zwei Jahren nicht das Mainstream-Medium der Musikindustrie sein, wird aber ihren Platz bei Liebhabern behalten. Die Musik selbst ist spätestens seit den 90er-Jahren in großen Teilen ohnehin ein Zitiermedium, das sich auf unterschiedliche Jahrzehnte rückbesinnt, je nachdem, was die Algorithmen als verkaufsfördernd zutage fördern. Vintage als Verkaufskategorie bleibt bestehen, die Inhalte aber werden an aktuelle Trends angepasst. Videospiele mit Hang zur Nostalgie müssen sich ohnehin höchstens darüber Gedanken machen, ob das alte Super Nintendo noch mit dem aktuellen OLED-Fernseher kompatibel ist. Wenn nicht, ist alles längst in den Online-Shops der Publisher verfügbar. Darum ist es am Ende auch falsch, von einem „Retro-Trend“ zu sprechen. Trends vergehen, Nostalgie bleibt generationsübergreifend bestehen. Und also (online) handelbar. (cp)