

May the 4th be with you

Jedes Jahr es wieder: May the 4th be with you. Dieser Satz zeigt wie unglaublich erfolgreich die Star Wars Saga ist. Der wirtschaftliche Erfolg beruht unter anderem auch auf der konsequenten Strategie möglichst alles zu schützen was geht.

Auch das [DPMA erinnert heute an den Star Wars Tag](#) und die Schutzrechtsstrategie rund um die von George Lucas geschaffene Sternensaga. George Lucas und sein Unternehmen Lucasfilm begannen sehr früh mit einer extensiven Schutzstrategie zur Sicherung ihres geistigen Eigentums und der daraus resultierenden Einnahmen.

So wurden nicht nur Marken wie "Star Wars" oder die Namen der Hauptcharaktere wie "Darth Vader", "Luke Skywalker" und "Han Solo" markenrechtlich geschützt, sondern nahezu sämtliche im Star Wars Universum auftauchende Figuren. Aber auch weitere Begriffe wie z.B. "Hyperspace", "Naboo" und "Lightsaber" wurden als Marke angemeldet um so nahezu das ganze Star Wars Fachvokabular zu schützen. Dabei wurden die Marken für solche Waren eingetragen, die sich als Fan- und Merchandiseartikel eignen.

Daneben wurden Figuren wie z.B. "Yoda" und Raumschiffe wie z.B. der "X-Wing Jäger" als Designs angemeldet um sich auch insoweit den Markt zu sichern und Nachahmer auf Abstand zu halten. Insgesamt umfasst das Star Wars Imperium das mittlerweile zum Disney Konzern gehört, mehrere tausend Schutzrechte weltweit.

May the 4th be with you

Diese sehr extensive Strategie, nahezu alles zu schützen wurde belohnt. George Lucas allein soll über das Merchandising [knapp 20 Milliarden Dollar eingenommen](#) haben.

Auch wenn sich nicht jede Idee und Kreation in gleicher Weise vermarkten lässt wie Star Wars, so lassens ich auch für andere Unternehmen Erkenntnisse für eine erfolgreiche Marken- und Schutzrechtsstrategie ableiten.

Zunächst hilft es auf neue eigene kreative Marken zu setzen, die sich nicht an Bekanntes anlehnen. Begriffe wie z.B. "C-3PO", "Chewbacca" und "Jedi-Ritter" sind alles frei erfundene Begriffe, die dadurch nicht nur markenrechtlich meist unproblematisch geschützt werden können, sondern auch eine weiten Schutzzumfang haben dürften.

Des Weiteren zeigt die extensive Anmeldestrategie aus Marken und Designs um eine einheitliche Geschichte, wie man sich konsequent gegen Dritte schützen und die erfolgreiche Vermarktung sichern kann.

Nicht zuletzt ist dabei auch die internationale Strategie zu beachten, jedenfalls wenn die eigenen Waren oder Dienstleistungen in mehreren Ländern angeboten werden sollen.



In diesem Sinne sollten Unternehmen an "May the intellectual property with you" denken, denn die Schutzrechte ist die eigentliche Macht hinter den Star Wars Milliarden.