

ZH_HANDELSGERICHT HG170133 vom 25. Februar 2019

Zh Handelsgericht, 2019-02-25, DE

Quelle: https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/zh_handelsgericht_HG170133

FR: ZH_HANDELSGERICHT HG170133 du 25 février 2019

IT: ZH_HANDELSGERICHT HG170133 del 25 febbraio 2019

Erwägungen

E. 1

Einleitung Sowohl das Handelsgericht als auch das Bundesgericht haben sich bereits zweifach mit der vorliegenden Streitsache befasst und – bei hauptsächlicher Klageabweisung – verschiedentlich Persönlichkeitsverletzungen festgestellt (siehe im Überblick E. 8.3). In Nachachtung des letzten vorgenannten, höchstrichterlichen

- 8 - Entscheides gilt es – nebst der Regelung der Kosten- und Entschädigungsfolgen – in einem ersten Schritt noch über folgende Punkte zu befinden: – "T. _____ [Zeitungstitel]" (I. _____ vom tt.mm.2009 [act. 4/52]) – "U. _____ [Zeitungstitel]" (H1. _____ online vom tt.mm.2009 [act. 4/91]) – "V. _____: Die meistgelesenen Artikel 2009" (F. _____ online und W. _____ vom tt.mm.2009 [act. 4/102]) – Medienkampagne ab tt.mm.2011 – Anspruch des Klägers 1 auf Auskunft und Rechnungslegung – Genugtuung Erst danach kann in einem zweiten Schritt die Höhe des Gewinnherausgabean- spruchs des Klägers 1 beurteilt werden (zum Ganzen: BGE 143 III 297 E. 8.2.6).

E. 2

Formelles Die Beklagten bestreiten die Zulässigkeit der klägerischen Noveneingabe vom 10. Februar 2012 (act. 27). Die darin enthaltenen Tatsachenbehauptungen seien nicht ohne Verzug vorgebracht worden (act. 32 N 5 f.). Dies gelte insbesondere für den beanstandeten Artikel vom 10. Januar 2012 (act. 32 N 6). Die Beklagten verkennen mit diesen Ausführungen die Tragweite einer möglichen "Medienkampagne". Das Vorliegen einer Medienkampagne gilt es in materieller Hinsicht abstrakt und losgelöst von einzelnen Artikeln über einen gewissen Zeit- raum zu beurteilen. Dies macht es in prozessualer Hinsicht notwendig, solange mit deren Einbringung als Novum zuzuwarten, bis sie abgeschlossen oder zumin- dest abgeflaut ist. Erst danach kann überhaupt eine gerichtliche Beurteilung des Novums "weitere Medienkampagne" erfolgen. Aus der lediglich dienenden Funk- tion des Prozessrechts können sich keine höheren Anforderungen ergeben. Das klägerische Vorgehen erweist sich vor dem Hintergrund von Art. 229 ZPO damit ohne Weiteres als zulässig. Zusammenfassend liegt mit Eingabe vom 10. Februar 2012 eine prozessual zu- lässige Noveneingabe des Klägers 1 vor.

- 9 -

E. 3

"T. _____" (I. _____ vom tt.mm.2009 [act. 4/52])

E. 3.1

Ungerechtfertigte Persönlichkeitsverletzung Der Inhalt des genannten Artikels stellt gemäss Bundesgericht eine nicht gerecht- fertigte Persönlichkeitsverletzung dar (Urteil BGer 5A_658/2014 vom 6. Mai 2015 E. 7.2.3.8; vgl. Urteil BGer 5A_256/2016 vom 9. Juni 2017

E. 4.3 [nicht publ. E. in BGE 143 III 297]).

E. 3.2

Fazit Versehentlich wurde dies nur in den Erwägungen, aber nicht im Dispositiv des aufgehobenen Urteils vom 8. Februar 2016 festgestellt (act. 84). Dies gilt es hier mit nachzuholen. Die Beklagte 2 ist entsprechend zu verpflichten, eine Willenserklärung auf Löschung gegenüber der Q._____ AG, R._____ AG und S._____ GmbH abzugeben.

E. 4

"U._____" (H1._____ online vom tt.mm.2009 [act. 4/91])

E. 4.1

Persönlichkeitsverletzung Das Bundesgericht stufte den streitgegenständlichen Artikel – anders als das hiesige Gericht – als persönlichkeitsverletzend ein (Urteil BGer 5A_256/2016 vom

E. 4.2

Rechtfertigungsgründe Vorauszuschicken ist, dass unter einem Rechtfertigungsgrund der Nachweis der Wahrheit der persönlichkeitsverletzenden Äusserung oder der Begründetheit der Kritik bzw. eines des den Interessen des Verletzten mindestens gleichwertigen öffentlichen oder privaten Interesses, zu verstehen ist (BGE 143 III 297 E. 6.7.1). Der Beklagten 1 misslingt der Beweis eines Rechtfertigungsgrundes: In bloss pauschaler Weise führt sie aus, dass die Darstellungen im erwähnten Artikel "ausnahmslos sachlich korrekt und rechtlich zulässig" seien (act. 15 N 76) bzw. es

- 10 - keine "Falschmeldung" gäbe (act. 15 N 159). Weder findet sich im beklagten Vortrag eine konkrete, inhaltliche Bezugnahme zu einzelnen Textpassagen noch werden Belege zu deren Untermauerung eingereicht. Es wird vielmehr auf zahlreiche, zum Beweis anbotene Zeugenaussagen verwiesen, womit sich das ungenügend vorgetragene Tatsachenfundament allerdings nicht korrigieren lässt (Urteil BGer 4A_504/2015 vom 28. Januar 2016 E. 2.4; Urteil des Handelsgerichts des Kantons Zürich HG150173-O vom 12. Juli 2017 E. 3.3.1; vgl. Urteil BGer 4A_221/2015 vom 23. November 2015 E. 3.1 [nicht publizierte E. in BGE 141 III 549]). Die Beklagte 1 spricht in diesem Zusammenhang selbst von einer bloss "allgemeinen Bestreitung" (act. 29 N 140). Überhaupt werden dieselben 21 Zeugen zum Wahrheitsbeweis einer Vielzahl von beklagten Publikationen angerufen. Solche mehrthematischen Beweismittel sind ebenfalls unzulässig (statt vieler: HASENBÖHLER, Das Beweisrecht der ZPO, Band 1, Zürich 2015, § 2 N 2.11; Urteil des Handelsgerichts des Kantons Zürich HG140246-O vom 12. Mai 2017 E. 3.2 [teilweise in ZR 116/2017 Nr. 42 publiziert]).

E. 4.3

Fazit Zusammenfassend ist – mangels gehörig dargetaner Rechtfertigungsgründe – die persönlichkeitsverletzende Natur des Artikels festzustellen. Die Beklagte 1 ist entsprechend zu verpflichten, ihn – da weiterhin auffindbar – auf ihrer Webseite zu löschen und eine Willenserklärung auf Löschung gegenüber der Q._____ AG, R._____ AG und S._____ GmbH abzugeben. 5. "V._____: Die meistgelesenen Artikel 2009" (F._____ online und W._____ vom tt.mm.2009 [act. 4/102]) 5.1. Vorbemerkung Das Bundesgericht hat die handelsgerichtliche Argumentation hinsichtlich der rechtlichen Qualifikation des genannten Online-Artikels verworfen (Urteil BGer 5A_256/2016 vom 9. Juni 2017 E. 5.3.3 [nicht

publ. E. in BGE 143 III 297]. Erneut gilt es deshalb über die Frage der Verletzung der Persönlichkeit und diejenige der Rechtfertigung zu entscheiden.

- 11 - 5.2. Persönlichkeitsverletzung Der streitgegenständliche Bericht bündelt eine Reihe von Artikeln aus dem Ressort "Zürich", die im Jahr 2009 "besonders häufig beachtet wurden", in die fünf Kategorien "Verkehr", "Leben in Zürich", "Panorama", "Leute" und "Politik". Als zweitplatzierten Artikel in der Kategorie "Leute" nennt der Bericht ein Porträt über den Kläger 1 aus der Zeit kurz bevor bekannt geworden sei, dass dieser "mehrfach wegen Tätlichkeiten und sexuellen Übergriffen angeklagt sei" (Urteil BGer 5A_256/2016 vom 9. Juni 2017 E. 5.3.1 [nicht publ. E. in BGE 143 III 297]). Begriffe wie "Tätlichkeiten" und "sexuelle Übergriffe" stellen landläufig Straftatbestände dar; auch der Durchschnittsleser verbindet sie ohne Weiteres mit dem Strafrecht. Er wird aufgrund deren häufigen Sprachgebrauchs auch eine ungefähre Vorstellung von der Tragweite solcher Vorwürfe haben. Anders sieht dies, wie bereits im Grundsatz vom Bundesgericht erwogen (Urteil BGer 5A_256/2016 vom 9. Juni 2017 E. 5.3.3 [nicht publ. E. in BGE 143 III 297], mit dem Begriff der "Anklage" aus. Einerseits kann eine Person von einer anderen ausserhalb eines strafrechtlichen Verfahrens angeklagt werden, etwas Unrechtes getan zu haben. Andererseits kann der Durchschnittsleser ohne juristische Fachkenntnisse kaum präzise einordnen, was mit diesem Ausdruck genau gemeint ist. Dennoch wird er die strafrechtliche Konnotation aufgrund der Verknüpfung mit den Straftatbeständen erkennen, aber es wird für ihn lediglich die Verknüpfung der Person des Klägers 1 mit einem Strafverfahren im Vordergrund stehen. Ob eine Anklage im juristisch-technischen Sinn erhoben wurde oder nicht, spielt für das Durchschnittsverständnis aber gar keine Rolle. Die im Artikel beschriebene Involvierung des Klägers 1 in ein Strafverfahren genügt bei objektiver Betrachtungsweise nämlich bereits für sich genommen, um dem Kläger 1 ein verwerfliches, gesellschaftlich verpönte Verhalten zu unterstellen (in diesem Sinne: Urteil des Handelsgerichts des Kantons HE170166-O vom 29. Juni 2017 = ZR 116/2017 Nr. 69, S. 226 ff., Urteil des Handelsgerichts des Kantons Zürich HG150249-O vom 15. März 2018 E. 1.2). Dies gilt im besonderen Ausmass, da auch nur schon mutmasslichen Sexualstraftätern eine gesellschaftliche Ächtung widerfährt (vgl. Urteil BGer 5A_658/2014 vom 6. Mai 2015 E. 7.2.3.4). Die persön-

- 12 - lichkeitsverletzende Natur des streitgegenständlichen Online-Artikels ist daher zu bejahen. 5.3. Rechtfertigungsgründe Es ist ohne Weiteres möglich, über die Involvierung einer Person in ein Strafverfahren zu berichten. Es gilt dabei allerdings die von der Rechtsprechung und Literatur herausgearbeiteten Grenzen zu wahren (dazu ausführlich: z.B. Urteil des Bundesgerichts 5A_658/2014 vom 6. Mai 2015 E. 8.2 m.w.H.). Deren Einhaltung vermag die Persönlichkeitsverletzung zu rechtfertigen. Während es auf die effektive Erhebung der Anklage im juristisch-technischen Sinn, wie gezeigt, nicht ankommen kann, hat die Beklagte 1 zum Gelingen des Wahrheitsbeweises als Rechtfertigungsgrund immerhin darzulegen, dass ein Strafverfahren gegen den Kläger 1 wegen Tätlichkeiten und sexuellen Übergriffen geführt wurde. Zur Führung dieses Beweises kann sich die Beklagte 1 aber nicht einfach auf später bekannt gewordene Tatsachen stützen, sondern sie hat aufzuzeigen, dass der Artikel zum Zeitpunkt seiner Veröffentlichung am tt.mm.2009 der Wahrheit entsprach. Dies misslingt ihr wiederum: Sie verweist pauschal auf die Akten der Stadtpolizei Zürich ohne im Parteivortrag selbst deren zeitlichen Bezug zum tt.mm.2009 näher auszuführen. Sie begnügt sich bei allgemein gehaltenen Aussagen wie "das Strafverfahren war hinlänglich bekannt" (act. 29 N 142) und

es sei nicht "falsch" berichtet worden. Dies ist ungenügend. Überhaupt nennt die Beklagte 1 für eine Vielzahl von Tatsachenvorbringen dieselben Beweismittel (act. 15 N 80; act. 29 N 142), was angesichts des zuvor beschriebenen Verbots mehrthematischer Beweismittel nicht angeht. Die Beklagte 1 vermag deshalb den Wahrheitsbeweis nicht zu erbringen. Weitere Rechtfertigungsgründe tut sie nicht dar. 5.4. Fazit Zusammenfassend ist – mangels gehörig dargetaner Rechtfertigungsgründe – die persönlichkeitsverletzende Natur des Artikels festzustellen. Die Beklagte 1 ist ent-

- 13 - sprechend zu verpflichten, eine Willenserklärung auf Löschung gegenüber der Q. _____ AG, R. _____ AG und S. _____ GmbH abzugeben. 6. Medienkampagne ab tt.mm.2011 ("Medienkampagne 2") 6.1. Vorbemerkung Das Bundesgericht bejahte eine gegen den Kläger 1 geführte persönlichkeitsverletzende Medienkampagne im Zeitraum vom tt.mm.2009 bis tt.mm.2010 (vgl. Urteil BGE 5A_256/2016 vom 9. Juni 2017 E. 7.4.2, E. 8 [nicht publ. E. in BGE 143 III 297]). Es hat dem Handelsgericht aufgetragen, über eine zweite Medienkampagne ab tt.mm.2011 zu befinden (a.a.O. E. 6.8). 6.2. Streitpunkte Der Kläger 1 führt replicando aus, es sei im Zuge des erstinstanzlichen Strafverfahrens vor Bezirksgericht Zürich zu einer zweiten gegen ihn gerichteten Medienkampagne gekommen (act. 23 N 333 ff.). Diese sei massgeblich von den beklagten Presseerzeugnissen mitgetragen worden (z.B. act. 23 N 336). Der letzte, diesbezügliche Artikel datiere vom tt.mm.2012 (act. 27 N 25). Die Beklagten bestreiten ihre Mitwirkung an einer persönlichkeitsverletzenden Medienkampagne (z.B. act. 29 N 242). Die Inhalte der Berichte sei unter den Gesichtspunkten des Persönlichkeitsrechts nicht zu beanstanden (z.B. act. 32 N 7). Teils handle es sich um blosser Kommentare (z.B. act. 29 N 246 ff.), teils um wahrheitsgemässe Gerichtsberichterstattung (z.B. act. 29 N 260; act. 32 N 19). Diese greife in zulässiger Weise die Eigendarstellungen des Klägers 1 rund um den Prozess auf (act. 32 N 12) und weise auf eklatante Widersprüche in dieser hin (act. 32 N 10). 6.3. Würdigung a.) Persönlichkeitsverletzung Gemäss Bundesgericht stellt eine Medienkampagne einen unzulässigen Eingriff in die informationelle Privatsphäre dar, die ebenfalls vom Persönlichkeitsrecht ge-

- 14 - schützt wird (BGE 143 III 297 E. 6.5). Die Persönlichkeitsverletzung folgt daraus, dass der Verletzte seines privaten Herrschaftsbereichs beraubt wird, selbst darüber zu bestimmen, von welchen Informationen über sich und sein Leben die Öffentlichkeit erfahren soll (a.a.O.). Der Inhalt der einzelnen Berichte ist bei der Beurteilung einer Medienkampagne folglich ohne Relevanz, wird die Privatsphäre doch erst durch das Zusammenspiel zahlreicher Artikel verletzt, die sich zu einer eigentlichen Kampagne verdichten (vgl. BACHER, Persönlichkeitsverletzung durch eine Medienkampagne, in: sui-generis 2017, N 30). Dies macht es in tatsächlicher Hinsicht namentlich erforderlich, den Umfang der Berichterstattung festzustellen (BACHER, a.a.O., N 15 ff.). Diesbezüglich ist der Sachverhalt unbestritten, gestanden die Beklagten doch Folgendes ein: act. 29 N 239 "Die vom Kläger behauptete Zahl von 1'463 Print-Artikel im Zeitraum vom tt.mm.-tt.mm.2011 dürfte zutreffend sein. Davon wurde nur eine verschwindend kleine Anzahl von den Beklagten [1-2] publiziert." act. 29 N 248 "Wie der Kläger an anderer Stelle behauptet, lief damals ein Medienhype, der Kläger selbst macht bekanntlich allein für diesen Zeitraum 1'463 Print-Artikel geltend (...). Hinzu kommen noch zahlreiche Online-Artikel. Hinzu kommt vor allem auch eine äusserst umfangreiche Berichterstattung der Monopolmedien AA. _____ und AB. _____." Auch bezüglich der anfangs 2012 erfolgten, intensiven Berichterstattung finden sich keine konkreten, beklagten

Bestreitungen. Vielmehr wird mehrfach pauschal darauf hingewiesen, dass die Beklagten nicht alleine für diese verantwortlich gewesen seien (z.B. act. 32 N 16). Somit ist ohne Weiteres erstellt, dass ab Herbst 2011 wiederum eine beispiellose Anzahl von Artikeln über den Kläger 1 veröffentlicht wurde. Es war, wie die Beklagten dies selbst bezeichneten, ein eigentlicher "Medienhype" rund um dessen Person im Gang. Nebst Berichten in Print-Medien wurde in überdurchschnittlicher Weise auch online sowie im Radio und Fernsehen über das Zürcher Strafverfahren des Klägers 1 berichtet. Dieser sah sich demzufolge mit einer kaum zu über-

- 15 - blickbaren Anzahl an Presseberichten konfrontiert, die seine mediale Skandalisierung weiter vorantrieben. Obgleich aufgrund seiner Stellung als Boulevard-Prominenter Abstriche an Privatsphäre und Diskretionsbedürfnis zu machen sind (Urteil BGer 5A_658/2014 vom 6. Mai 2015 E. 5.6 f.; BGE 143 III 297 E. 6.5), sprengt die journalistische Auseinandersetzung mit seiner Person jeden Rahmen. Durch die Preisgabe zahlreicher personenbezogener Gegebenheiten und Ereignisse aus dem Leben des Klägers 1 verdichtete sich die Berichterstattung zu einer persönlichkeitsverletzenden Medienkampagne. Zu dieser trugen auch die Presserzeugnisse der Beklagten bei, die – unbestrittenermassen (z.B. act. 29 N 243; act. 32 N 26) – mehrfach über den Kläger 1 berichteten. Ohne Relevanz ist, wie dies die Beklagten einwenden, dass auch andere Medienhäuser die Medienkampagne befeuerten (BGE 143 III 297 E. 6.5). Durch ihre Beteiligung an der Medienkampagne verletzen die Beklagten ihrerseits die Persönlichkeit des Klägers 1. Aufgrund der Bundesgerichtlichen Vorgaben führt dies zur Bejahung einer persönlichkeitsverletzenden Medienkampagne im Zeitraum vom tt.mm.2011 bis tt.mm.2012, da hier der letzte, eingeklagte Artikel der Beklagten erschien, der sich mit dem gegen den Kläger 1 angestregten Zürcher Strafverfahren beschäftigte. b.)
Rechtfertigungsgründe Als Rechtfertigungsgründe kommen hier allenfalls überwiegende öffentliche oder private Interessen in Frage (BGE 143 III 297 E. 6.7.2). Der Wahrheitsgehalt der einzelnen Berichte respektive überhaupt deren Inhalt vermag eine Medienkampagne nicht zu rechtfertigen, steht doch – wie erörtert – der Verlust an Privatsphäre im Vordergrund (siehe vorne E. 6.3/a und BGE 143 III 297 E. 6.7.2). Dies ist auch bei der Prüfung der Rechtfertigungsgründe zu berücksichtigen. Mithin muss ein bestimmtes öffentliches oder privates Interesse an dieser besonders intensiven Form der Publikation vorliegen und nicht einfach daran, die fraglichen Inhalte zu veröffentlichen (BACHER, Persönlichkeitsverletzung durch eine Medienkampagne, in: sui-generis 2017, N 38). Nach BACHER soll ein solches überwiegendes Interesse namentlich dann bejaht werden, wenn gegen starken (z.B. politischen) Widerstand auf schwerwiegende Missstände aufmerksam gemacht wird (BACHER, a.a.O., N 38).

- 16 - Im konkreten Fall können sich die Beklagten weder auf ein öffentliches noch auf ein privates Interesse stützen, das die Medienkampagne rechtfertigen würde. Ihre Berichterstattung diente nicht dazu, dem Publikum Klarheit über den erstinstanzlichen Prozess vor Bezirksgericht Zürich zu verschaffen. Dies gaben die Beklagten denn auch unumwunden zu, wollten sie durch ihre Berichterstattung doch "zahlreiche eklatante Widersprüche in der Selbstdarstellung des Klägers [1] basierend auf der richterlichen und gutachterlichen Würdigung des Falls" aufzuzeigen, die auch für die "Urteilsfindung und Strafzumessung" von zentraler Bedeutung gewesen seien (act. 32 N 10). Die informative Darstellung des eigentlichen Prozesses geriet, wie aus diesem Zugeständnis ersichtlich wird, in den Hintergrund. Vielmehr verliessen die Beklagten ihre Rolle als informierende

Gerichtsberichterstatter, um mit eigenen Wertungen, Mutmassungen und Interpretationen die Ereignisse auf- zubauschen und die Person des Klägers 1 stückweise zu demontieren. Diese Form der Berichterstattung diene keinem legitimen Informationsbedürfnis mehr, sondern (allenfalls) nur einem Unterhaltungsbedürfnis der Öffentlichkeit. Dieses vermag für sich genommen die Persönlichkeitsverletzung, die dem Kläger wider- fahren ist, nicht zu rechtfertigen. Gleiches gilt hinsichtlich privater Interessen der Beklagten, die diese auch nicht gehörig behaupteten. 6.4. Fazit Zusammenfassend ist eine persönlichkeitsverletzende Medienkampagne der Be- klagten im Zeitraum vom tt.mm.2011 bis tt.mm.2012 zu bejahen. 7. Grundsätzlicher Gewinnherausgabeanspruch des Klägers 1 Gemäss Bundesgericht bilden bei der Gewinnherausgabe die widerrechtliche Ver- letzung des Persönlichkeitsrechts, die Entstehung eines Gewinns sowie der Kau- salzusammenhang zwischen der unrechtmässigen Verletzung und dem erzielten Gewinn Beweisthemen (BGE 133 III 153 E. 3.3). Das hiesige Gericht, zuletzt mit diesem Urteil, und das Bundesgericht haben ver- schiedentlich widerrechtliche Persönlichkeitsverletzungen des Klägers 1 durch einzelne Artikel sowie zwei gegen ihn geführte Medienkampagnen festgestellt

- 17 - (siehe nachfolgend im Überblick E. 8.3). Mithin besteht in diesen Zeiträumen ein grundsätzlicher Gewinnherausgabeanspruch des Klägers 1 (vgl. BGE 143 III 297 E. 8.2.5.3). Über diesen gilt es, wie erwähnt, in einem zweiten Urteil – nach Aus- kunftserteilung und Rechenschaftsablage durch die Beklagten (dazu sogleich) – zu befinden. 8. Anspruch des Klägers 1 auf Auskunft und Rechnungslegung 8.1. Vorbemerkung Das Bundesgericht hat die handelsgerichtliche Argumentation bezüglich des klä- gerischerseits geltend gemachten Anspruchs auf Auskunft und Rechnungslegung verworfen (BGE 143 III 297 E. 8.2.5.3 ff.). Er ist erneut zu behandeln. 8.2. Streitpunkte Der Kläger verlangt die Offenlegung der in Ziffer 6 der Rechtsbegehren enthalte- nen Informationen (insbesondere Umsatz, Auflage, Leserzahlen, Anzahl Klicks auf online-Artikel etc.), um ihm die Abschätzung des herauszugebenden Gewinns zu ermöglichen (act. 1 N 650). Die Beklagten bestreiten einen Auskunfts- und Rechenschaftsablageanspruch des Klägers 1. Anhand der eingeforderten Unterlagen könne überdies auch kein allfälliger Gewinn festgestellt werden. Beispielsweise habe eine Bewegung auf ei- ner Webseite noch nichts mit einem Gewinn zu tun (act. 15 N 298). Überhaupt stünden dem Anspruch Geschäftsgeheimnisse entgegen (act. 15 N 300). 8.3. Würdigung Der Auskunftsanspruch ist materiell-rechtlicher Natur und leitet sich dogmatisch aus Art. 2 Abs. 1 ZGB ab (BGE 143 III 297 E. 8.2.5.2). Er setzt voraus, dass der Geschädigte einen Eingriff und die Erzielung eines Verletzergewinns glaubhaft macht (JENNY, Die Eingriffskondition bei Immaterialgüterrechtsverletzungen, Diss., Zürich 2005, N 290). In der Regel genügt es, wenn er Verletzungshandlungen dartut, die geeignet sind, auf einen Schadeneintritt zu schliessen (FISCHER, Scha-

- 18 - denberechnung im gewerblichen Rechtsschutz, Urheberrecht und unlauteren Wettbewerb, Diss., Basel 1961, S. 45). Diese Voraussetzungen sind im konkreten Fall ohne Weiteres als erfüllt zu be- trachten. In den Urteilen des Handelsgerichts des Kantons Zürich vom 26. Juni 2014 bzw. 8. Februar 2016 (act. 69 S. 113; act. 84 S. 120) und des Bundesge- richts vom 6. Mai 2015 bzw. 9. Juni 2017 (act. 75 S. 57; act. 90 S. 62) wurde – teilweise rechtskräftig – über die Verletzungshandlungen respektive die seitens der Beklagten widerrechtlich begangenen Persönlichkeitsverletzungen zum Nach- teil des Klägers 1 befunden. Übersichtshalber sind sie noch einmal chronologisch wiederzugeben: – "P._____" (TV-Sender E._____ am tt.mm.2009 [act. 4/42 und act. 4/43]); – "AC._____"

(H1._____ online vom tt.mm.2009 [act. 4/38]); – "AD._____" (H2._____ online vom tt.mm.2009 [act. 4/39]); – "AE._____" (H1._____ online vom tt.mm.2009 [act. 4/40 = act. 4/45 lin- ke Spalte]); – "AF._____" (F._____ vom tt.mm.2009 [act. 4/50]); – "T._____" (I._____ vom tt.mm.2009 [act. 4/52]); – "AG._____" (H1._____ online vom tt.mm.2009 [act. 4/47]); – "AH._____" (H2._____ online vom tt.mm.2009 [act. 4/48]); – "AI._____" (H2._____ online vom tt.mm.2009 [act. 4/49]); – "AJ._____" (H1._____ vom tt.mm.2009 [act. 4/44, act. 4/45]); – "U._____" (H1._____ online vom tt.mm.2009 [4/91]); – "V._____: Die meistgelesenen Artikel 2009" (F._____ online und W._____ vom tt.mm.2009 [act. 4/102]) – "AK._____" (H2._____ vom tt.mm.2010 [act. 4/133 und act. 4/134]); – "AL._____" (H1._____ vom tt.mm.2010 [act. 4/135]). sowie – Medienkampagne 1: Zeitraum vom tt.mm.2009 bis tt.mm.2010; – Medienkampagne 2: Zeitraum vom tt.mm.2011 bis tt.mm.2012. Dem Kläger 1 steht damit im Grundsatz ein Anspruch auf Auskunft- und Re- chenschaftsablage gegen die Beklagten zu. Da er allerdings noch gar nicht weiss,

- 19 - was genau der Inhalt der ihm zustehenden Informationen ist, kann von ihm nicht verlangt werden, jeden Beleg einzeln zu bezeichnen (zum Ganzen: BGE 143 III 297 E. 8.2.5.4 in fine). Daraus folgert das Bundesgericht, dass die Anforderungen an die Bestimmtheit des Informationsbegehrens nicht zu streng sein dürfen (a.a.O.). Einzig zu umfassend formulierten Informationsbegehren ist richterlicher- seits Einhalt zu gebieten, und sie sind auf ein zulässiges Mass einzuschränken (a.a.O.). Eine solche Einschränkung ist in casu nur bezüglich des Zeitraums zu machen, verlangt der Kläger 1 doch die Auskunftserteilung und Rechenschaftsablage ab tt.mm.2008 bis heute. Wie aus der vorne stehenden Übersicht ersichtlich wird, fal- len sämtliche widerrechtlichen Artikel in die Zeitspannen der beiden Medienkam- pagnen. Nur während deren Dauer wird ein allfälliger Gewinnherausgabean- spruch des Klägers 1 überhaupt bestehen können, so dass die Beklagten auch nur hierfür informationspflichtig sind. Wie vom Kläger 1 anbegehrt, rechtfertigt sich indes, den Zeitraum auf die volle Dauer des jeweiligen Geschäftsjahres auszuwei- ten, um entsprechende Vergleichsschlüsse überhaupt erst zu ermöglichen. Die Beklagten werden selbstständig gehalten sein, eine Auswahl von für die Medien- kampagnen / verletzende Berichterstattung relevanten Belegen zu liefern (BGE 143 III 297 E. 8.2.5.4 in fine). Weitergehende Einschränkungen sind, wie erwähnt, nicht angezeigt. Sämtliche klägerischerseits beehrten Informationen erweisen sich als potentiell gewinnrelevant. Dies gilt im heutigen Zeitalter der Digitalisierung auch für die Anzahl Klicks auf einer Webseite, zumal dem Werbegeschäft auf dem Internet gerichtsnotorisch ein grosser Stellenwert zukommt. Sofern die Beklagten Geschäftsgeheimnisse gegen den klägerischen Anspruch ins Feld führen, sind sie nicht zu beachten. Fraglich erscheint nur schon, ob sie im Zusammenhang mit einem Gewinnherausgabeanspruch überhaupt geltend ge- macht werden können (in diesem Sinne z.B. Urteil des Obergerichts des Kantons Aargau vom. 30. Mai 2005 E. 2.4 = ZBJV 143/2005 S. 63 ff.; AFFOLTER, Die Durchsetzung von Informationspflichten im Zivilprozess, Diss., Bern 1994, S. 188). Jedenfalls fällt eine Interessenabwägung zugunsten des Klägers 1 aus, haben doch allfällige Geheimhaltungsinteressen der Beklagten angesichts der

- 20 - Schwere der durch sie begangenen Persönlichkeitsverletzungen vor dessen legi- timen Offenbarungsinteressen zurückzutreten. Dies ist im Grundsatz seit jeher in der Lehre anerkannt (z.B. FISCHER, Schadenberechnung im gewerblichen Rechtsschutz, Urheberrecht und unlauteren Wettbewerb, Diss., Basel 1961, S. 46). 8.4. Fazit

Zusammenfassend sind die Beklagten für den Zeitraum vom tt.mm.2009 bis tt.mm.2012, insbesondere vom tt.mm.2009 bis tt.mm.2010 (Medienkampagne 1) und vom tt.mm.2011 bis tt.mm.2012 (Medienkampagne 2), zur Herausgabe der klägerischerseits angebehrten Informationen zu verurteilen.

E. 9

Genugtuung

E. 9.1

Vorbemerkung Das Bundesgericht hat die handelsgerichtliche Argumentation bezüglich der Genugtuungsklage verworfen (BGE 143 III 297 E. 9.4). Sie ist erneut zu behandeln.

E. 9.2

Streitpunkte Der Kläger 1 fordert eine Genugtuung von CHF 50'000.– für die durch die Medienberichterstattung der Beklagten erlittene immaterielle (seelische) Unbill, wie permanente Angst vor schweren öffentlichen Verunglimpfungen, Panik, Gereiztheit, Nervosität, Frustration, Schlaflosigkeit, Dauerärger, Angst, in der Öffentlichkeit auf offene Ablehnung zu stossen, starken Stimmungsschwankungen, einem ohnmächtigen Gefühl, sich nicht wehren zu können (act. 1 N 339 ff., N 679). Die Beklagten bestreiten den Genugtuungsanspruch des Klägers 1. Die seelischen Schmerzen des Klägers 1 seien unbelegt geblieben (act. 15 N 315) bzw. anlässlich der Parteibefragung novenrechtlich in diversen Punkten verspätet präzisiert worden (Prot. S. 17). Ausserdem bestreiten die Beklagten die Kausalität (Berichterstattung auch von anderen Medien, psychische Vorerkrankungen des Klägers 1, Erkrankung und Tod seines Vaters zum inkriminierten Zeitpunkt, laufendes Strafverfahren etc.; act. 15 N 315; Prot. S. 17 ff.).

- 21 -

E. 9.3

Würdigung a.) Schwere, immaterielle Unbill Wer in seiner Persönlichkeit widerrechtlich verletzt wird, hat gemäss Art. 49 Abs. 1 OR Anspruch auf Leistung einer Geldsumme als Genugtuung, sofern die Schwere der Verletzung es rechtfertigt und diese nicht anders wiedergutmacht worden ist. Hierfür muss die Persönlichkeitsverletzung einerseits objektiv als schwer bewertet werden können; andererseits ist erforderlich, dass die Persönlichkeitsverletzung vom Ansprecher als seelischer Schmerz empfunden wird, somit auch "subjektiv" als schwer qualifiziert werden kann (statt vieler: REY/WILDHABER, Ausservertragliches Haftpflichtrecht, 5. Aufl., Zürich 2018, N 517 m.w.H.). Das Handelsgericht hat sich bislang noch nicht eindeutig zur Frage der Schwere der erlittenen Persönlichkeitsverletzungen des Klägers 1 geäußert, aber immerhin ausgeführt, sie erscheine "äusserst fraglich" (act. 85 E. 5.14.3, S. 116). Daran kann nicht festgehalten werden. Der Kläger 1 war während einer mehrere Monate umfassenden Zeitdauer den negativen Medienkampagnen der Beklagten ausgeliefert. Diese Tatsache muss erfahrungsgemäss bereits genügen, um in objektiver Hinsicht die notwendige Schwere zu bejahen (ähnlich bereits: BGE 120 II 97 E. 2a). Die einzelnen Artikel, deren persönlichkeitsverletzender Inhalt verschiedentlich festgestellt wurde (siehe vorne im Überblick E. 8.3), verstärken nur noch mehr dieses Bild. Der Kläger 1 wurde am 10. Dezember 2018 im Rahmen einer Parteibefragung ausgiebig zu seinen subjektiven Empfindungen während den Medienkampagnen befragt. Er schilderte detailliert und präzise, wie sehr er während dieser Zeit unter der beklagten Berichterstattung gelitten

hatte. Er wirkte von den damaligen Vorgängen auch heute noch sehr mitgenommen, rang nach Worten und versuchte das Erlebte fassbar zu machen (z.B. "Es war pausenlos. Es hatte wie keine Regeln. Wenn alles geht. Wenn jeder, der auch in der Primarschule mal etwas gehört hat, hervorkommt (...). Es lief ein Horrorfilm ab. (...)" [Prot. S. 4 f.]). Diese nachvollziehbare und eindringliche Schilderung führt zur Bejahung auch der sub-

- 22 - jektiven Betroffenheit des Klägers 1. Anzumerken ist, dass es bei der Prüfung einer schweren, immateriellen Unbill – entgegen den Beklagten (Prot. S. 17) – irrelevant bleiben muss, ob sich der seelische Schmerz (zusätzlich) nach aussen hin, wie z.B. in Form von psychiatrischen Therapien etc., sichtbar manifestierte. b.) Kausalität Für den Beweis der natürlichen Kausalität genügt der Anscheinsbeweis (BGE 143 III 297 E. 9.5). Der Anscheinsbeweis wendet weder die Beweislast, noch bestimmt er das Beweismass; er verschiebt lediglich das Beweisthema, indem der Beweisbelastete den Sachumstand beweisen muss, aufgrund dessen das Gericht – bei Vorliegen eines typischen Geschehensablaufs – auf den natürlichen Kausalzusammenhang mit der eingetretenen Wirkung schliesst. Er ist ein Anwendungsfall einer tatsächlichen Vermutung (Urteil BGer 4A_262/2016 vom 10. Oktober 2016 E. 4.4.2.1). Aus dem persönlichkeitsverletzenden Verhalten, nämlich den geführten Medienkampagnen der Beklagten, kann in casu bereits der Anscheinsbeweis für den natürlichen Kausalzusammenhang gezogen werden. Wer von einem zur Kampagne gewordenen, abwertenden Journalismus betroffen ist, wird typischerweise eine hieraus kausale, schwere immaterielle Unbill erleiden. Etwas Abweichendes läge schlicht ausserhalb jeder vernünftigen Betrachtungsweise. Dieses Ergebnis wird zusätzlich durch das durchgeführte Beweisverfahren bestätigt. Der Kläger 1 legte in einer ihm eigenen, authentischen Art dar, wie sehr ihm die Vielzahl dieser Berichte zusetzte. Die Schilderung ist überzeugend und nachvollziehbar; insbesondere erwähnte der Kläger 1 mehrfach lebensnah die enorme Intensität der Berichterstattung, verbunden mit einem zunehmenden Gefühl der Ohnmacht, und ihren Einfluss auf sein seelisches Wohlbefinden ("Was wollte ich machen? Man konnte nichts machen" [Prot. S. 8] etc.). Nach dem Gesagten ist auch auf den adäquaten Kausalzusammenhang zu schliessen, was bereits im handelsgerichtlichen Urteil vom 8. Februar 2016 im Grundsatz erwogen wurde (act. 85 E. 5.14.3, S. 117). Die beklagtischen Publikationen waren geeignet, dem Kläger 1 schwere, seelischen Schäden zuzufügen.

- 23 - b.) Höhe der Genugtuung Zunächst weisen die Beklagten zu Recht auf den Umstand hin, dass diverse Tatsachenvorbringen des Klägers 1 anlässlich seiner Parteibefragung vom

E. 9.4

Fazit Der Kläger 1 erlitt durch die Medienkampagne / Berichterstattung der Beklagten eine schwere, immaterielle Unbill. Eine Genugtuung von CHF 25'000.– erscheint angemessen, um diese ausgleichen.

E. 10

Zusammenfassung der Tat- und Rechtsfragen Zusätzlich zu den bereits rechtskräftig festgestellten Persönlichkeitsverletzungen, verletzte die Artikel "T._____" (I._____ vom tt.mm.2009 [act. 4/52]), "U._____" (H1._____ online vom tt.mm.2009 [act. 4/91]) und "V._____: Die meistgelesenen Artikel 2009" (F._____ online und W._____ vom tt.mm.2009 [act. 4/102]) den Kläger 1 widerrechtlich in seiner Persönlichkeit, was festzustellen ist. Eine persönlichkeitsverletzende (zweite) Medienkampagne im Zeitraum

vom tt.mm.2011 bis tt.mm.2012, die durch die Beklagten mitgetragen wurde, ist in Gutheissung der Klage zu bejahen. In weiterer Gutheissung der Klage sind die Beklagten zur Auskunftserteilung und Rechenschaftsablage sowie zur Leistung einer Genugtuung in der Höhe von CHF 25'000.– zu verpflichten.

- 25 -

E. 11

Schriftliche Mitteilung an die Parteien, an die Kläger unter Beilage eines Doppels von act. 101.

- 29 -

E. 12

Eine bundesrechtliche Beschwerde gegen diesen Entscheid ist innerhalb von 30 Tagen von der Zustellung an beim Schweizerischen Bundesgericht, 1000 Lausanne 14, einzureichen. Zulässigkeit und Form einer solchen Beschwerde richten sich nach Art. 72 ff. (Beschwerde in Zivilsachen) oder Art. 113 ff. (subsidiäre Verfassungsbeschwerde) in Verbindung mit Art. 42 und 90 ff. des Bundesgesetzes über das Bundesgericht (BGG). Der Streitwert beträgt CHF 788'931.60. Zürich, 25. Februar 2019 Handelsgericht des Kantons Zürich Präsident: Gerichtsschreiber: Roland Schmid Dr. Moritz Vischer

Export aus OpenCaseLaw (CC0). Verbindlich ist allein der vom erlassenden Gericht veröffentlichte Originaltext. Quellen-URL siehe oben.