Gewinnschätzung mit schalem Nachgeschmack und beschränkter Tragweite

Das Kantonsgericht Zug befolgt die Praxis des Bundesgerichts – und stellt weitgehend auf die Berechnungen der Klägerin ab

Christoph Born, Dr. iur., Rechtsanwalt, Zumikon

Résumé: Pour la première fois en Suisse, un tribunal contraint une entreprise de médias à verser des gains engrangés grâce à une publication à la personne victime de violation des droits de la personnalité dans cette publication. Dans sa décision du 22 janvier 2025, le Tribunal cantonal de Zoug a obligé Ringier AG à verser environ 300’000 francs à l’ancienne députée cantonale Jolanda Spiess-Hegglin. Il suit en cela la pratique du Tribunal fédéral concernant le partage des bénéfices en cas d’atteinte à la personnalité par des médias destinés au grand public, où, contrairement au journalisme d’investigation, il n’est pas nécessaire d’apporter la preuve complète du lien de causalité entre l’atteinte illicite à la personnalité et la réalisation du bénéfice. De plus, faute d’allégations et de contestations substantielles de la part de Ringier SA, le tribunal s’est largement basé sur les calculs et le modèle de pondération présenté par la plaignante et ses experts. La décision devrait avoir une portée limitée pour la grande majorité des médias en Suisse.

Zusammenfassung: Erstmals hat ein Gericht in der Schweiz ein Medienunternehmen dazu verpflichtet, einer Person wegen

widerrechtlicher Verletzung in der Persönlichkeit den Gewinn herauszugeben. Das Kantonsgericht Zug hat in seinem Entscheid vom 22. Januar 2025 die Ringier AG verpflichtet, Jolanda Spiess-Hegglin rund CHF 300’000 zu bezahlen. Es befolgte dabei die Praxis des Bundesgerichts zur Gewinnherausgabe bei Persönlichkeitsverletzungen durch Boulevard-Medien, wo im Gegensatz zum Investigativjournalismus für die Kausalität zwischen widerrechtlicher Persönlichkeitsverletzung und Gewinnerzielung nicht der volle Beweis erbracht werden muss. Zudem stellte das Gericht mangels substantiierter Behauptungen und Bestreitungen der Ringier AG weitgehend auf die Berechnungen und das Gewichtungsmodell von Spiess-Hegglin bzw. ihrer Experten ab. Der Entscheid dürfte für die allermeisten Medien in der Schweiz von beschränkter Tragweite sein.

Urteil A1 2020 56 KG Zug vom 22.1.2025 i.S. Spiess-Hegglin c. Ringier

I. Sachverhalt des Urteils in Kürze

1

Gegenstand des Entscheids waren die folgenden Artikel, die in den Jahren 2014 und 2015 im Nachgang der Landammannfeier in Zug vom 20. Dezember 2014 in den Zeitungen “Blick”, “Blick am Abend” und/oder auf der Website www.blick.ch (“Blick Online”) erschienen sind:

– «Sex-Skandal in Zug: Alles begann auf der MS Rigi»
– «Jolanda <Heggli> zeigt ihr <Weggli>»
– «Neue Fakten in Zuger Polit-Sex-Affäre aufgetaucht: DNA-Analyse bestätigt <Kontakt im Intimbereich>» und
«DNA-Analyse in Zuger Polit-Affäre beweist <Kontakt im Intimbereich>»
– «Ich öffnete die Türe und sah Kleider am Boden» und
«Zeugen-Protokoll der Zuger Sex-Affäre aufgetaucht: <Ich

öffnete die Türe und sah Kleider am Boden>».

2

Am 12. August 2020 reichte Jolanda Spiess-Hegglin (Klägerin), die als damalige Kantonsrätin der Grünen an der Landammannfeier teilgenommen hatte, beim Kantonsgericht Zug eine Stufenklage ein, die in den Antrag mündete, die Ringier AG als Herausgeberin der "Blick"-Publikationen (Beklagte) zu verpflichten, ihr den durch die genannten Artikel erzielten Gewinn von gesamthaft CHF 431'527 (zuzüglich Zins) herauszugeben. Die Beklagte machte geltend, der "Mehrgewinn", abzüglich Kosten, belaufe sich auf CHF 4'913.36.

3

Die Widerrechtlichkeit der streitgegenständlichen Artikel hatte das Kantonsgericht bereits in seinem Entscheid vom 22. Juni 2022 festgestellt (E. 5, vgl. https://medialex.ch/wp-content/uploads/2022/07/Entscheid-KG-Zug-i.S.-Spiess-Hegglin-c.-Ringier-vom-22.6.2022.pdf).

4

Mit Entscheid vom 22. Januar 2025 verpflichtete das Kantonsgericht die Beklagte, der Klägerin für die streitgegenständlichen Artikel einen Gewinn von gesamthaft CHF 309'531 zuzüglich Zins von 5 % herauszugeben.

II. Erwägungen des Urteils

5

Das Kantonsgericht stützte sich in seinen Erwägungen zum einen hauptsächlich auf das Urteil des Bundesgerichts i.S. Schnyder gegen Ringier AG ("SonntagsBlick") vom 7. Dezember 2006 (BGE 133 III 153) und zum andern weitgehend auf die Berechnungen und das Gewichtungsmodell der Klägerin bzw. ihrer Experten in einem Parteigutachten.

a) Kausalität ist zu bejahren, Gewinn ist zu schätzen

6

In BGE 133 III 153 hielt das Bundesgericht fest, dass die damals in der Lehre vertretene Auffassung, "eine Gewinnherausgabe sei nur möglich, wenn in direktem Zusammenhang mit einer persönlichkeitsverletzenden Berichterstattung die Auflage erhöht worden sei, an der Realität vorbeigeht". Der Begriff des Gewinns könne nicht so verstanden werden, "dass die Tagesauflage erhöht und gewissermassen Tagesmehreinnahmen erzielt worden sein müssten". Sodann sei zu berücksichtigen, "dass sich der unmittelbare Zusammenhang zwischen einer bestimmten Berichterstattung und der Gewinnerzielung aufgrund verschiedener Faktoren (…) naturgemäss nicht strikt nachweisen lässt" (E. 3.3). Ferner stellte das Bundesgericht fest, es sei "gerichtsnotorisch" und bedürfe "keiner Beweiserhebung", dass der "SonntagsBlick" sich "auf permanenter persönlichkeitsrechtlicher Gratwanderung befindet und es dabei auch zu Persönlichkeitsverletzung kommen kann. (…) Hängt aber das wirtschaftliche Fortkommen bzw. die Gewinnerzielung eines ökonomisch auf die betreffende Sparte ausgerichteten Mediums nicht in erster Linie mit der einzelnen Berichterstattung, sondern mit der längerfristig angelegten Befriedigung der spezifischen Erwartungen seiner Leserschaft zusammen, und werden diese dergestalt erfüllt, dass eine scharf an der Persönlichkeitsverletzung entlangführende Linie gefahren wird, bei der es zur Überschreitung der Grenze des Zulässigen kommen kann, muss die Kausalität zwischen unrechtmässiger Persönlichkeitsverletzung und Gewinnerzielung bejaht werden, wenn und soweit die entsprechende Berichterstattung von der Ausrichtung und Aufmachung her geeignet ist, zur Erhaltung der Auflage und damit zur Gewinnerzielung beizutragen" (E. 3.4, vgl. auch BGer 5A_658/2014 [Hirschmann I], E. 13.2.2). Daraus ergebe sich, "dass die Höhe des im Zusammenhang mit der unrechtmässigen Persönlichkeitsverletzung generierten Gewinns

ziffernmässig nicht strikt bewiesen werden kann” und “deshalb in analoger Anwendung von Art. 42 Abs. 2 OR nach Ermessen des Richters zu schätzen ist” (E. 3.5, vgl. auch BGer 5A_658/2014 [Hirschmann I], E. 13.2.1). In Rahmen dieser Schätzung könnten “Eckdaten wie Umsatz-, Auflage- und Leserzahlen eine Rolle spielen, insbesondere aber auch Grösse, Aufmachung und Positionierung der Berichterstattung. Massgeblich ist sodann, ob es sich um einen einzelnen Artikel, um eine ganze Serie oder gar um eine eigentliche Kampagne handelt, in welchem Fall die Berichterstattung besonders geeignet ist, über eine längere Zeit dem angestrebten Zweck der Absatzförderung zu dienen” (E. 3.5, vgl. auch BGE 143 III 297 [Hirschmann II], E. 8.2.5.2).

7

Gestützt auf diese und andere Erwägungen des Bundesgerichts bezeichnete es das Kantonsgericht Zug als “notorisch”, dass es sich bei den “Blick”-Medien um “Boulevard” handle und demzufolge “vom Bestand eines im Zusammenhang mit den streitgegenständlichen Artikeln erzielten Gewinnes” auszugehen ist (E. 6.2.2).

8

Ebenfalls auf der Basis der Erwägungen in BGE 133 III 153 lehnte das Kantonsgericht die von der Beklagten vertretene “Mehrgewinn”-Methode ab (E. 6.3.3). Die Beklagte hatte geltend gemacht, unter Anwendung der Differenztheorie sei lediglich der “Mehrgewinn”, der durch die Publikation der streitgegenständlichen Artikel erwirtschaftet worden sei, massgebend. Dabei stelle der Begriff des Mehrgewinns auf den Gewinn ab, den die Beklagte ohne Publikation der streitgegenständliche Artikel bei normalem Geschäftsgang nicht erwirtschaftet hätte. Vergleichsgrösse sei der allfällige Gewinn, welchen die betreffenden Publikationen (“Blick”, “Blick am Abend” und “Blick Online”) bei normalem Geschäftsgang ohne die streitgegenständlichen Artikel erwirtschaftet hätten (E. 6.3.1).

b) Gewinnschätzung

9

In einem ersten Schritt “eruierte” das Kantonsgericht, ob und in welchem Umfang ein Umsatz (bzw. Bruttogewinn) mittels der Publikation eines rechtswidrigen Artikels generiert wurde. In der Folge “eruierte” es den über “Blick Online” erzielten Werbeerlös (E. 7.1), danach den Print-Werbeerlös von “Blick” und “Blick am Abend” (E. 7.2). Dabei stellte es im Ergebnis weitgehend auf die detaillierten Ausführungen und Berechnungen der Klägerin ab. Was die Gewichtung der einzelnen Artikel (d.h. deren Wirkung auf den Umsatz) in den Printmedien betraf, übernahm es (mit wenigen Korrekturen) das Gewichtungsmodell, das die Klägerin – u.a. gestützt auf ein Privatgutachten – vorgebracht hatte (E. 7.2.2 ff.).

10

In einem zweiten Schritt brachte das Kantonsgericht die Kosten vom errechneten Umsatz in Abzug. Dieser Abzug blieb auf die Redaktionskosten (Personalkosten, Honorarkosten sowie “übrige Kosten”) beschränkt, da die Beklagte nur diese zum Abzug geltend gemacht hatte (E. 8.3). In einem weiteren Schritt ordnete das Kantonsgericht die monatlichen Redaktionskosten den streitgegenständlichen Artikeln zu (E. 8.4.4 ff.).

11

Dass das Kantonsgericht bei der “Eruierung” bzw. Schätzung des Umsatzes und bei der Gewichtung der Artikel weitgehend auf die Ausführungen der Klägerin abstellte, begründete es wiederholt damit, dass die Beklagte diese nicht oder nicht substantiiert bestritten habe. In E. 9.3.2 hielt das Gericht der Beklagten explizit entgegen, “dass die vorstehend ermittelte Höhe des herauszugebenden Gewinns massgeblich auf ihre unsubstantiierten Bestreitungen bzw. Behauptungen zurückzuführen ist. So hat sie es unterlassen, zumindest im Eventualstandpunkt – falls das Gericht ihrer eigenen Berechnungsweise nicht folgen sollte – auf die

Gewichtungsmethode der Klägerin einzugehen, dieser eine eigene Gewichtung entgegenzuhalten (vgl. E. 7.2.7) sowie konkret und substantiiert vorzutragen, welche Werbeeinnahmen und Verkaufserlöse mit den streitgegenständlichen Artikeln effektiv erzielt worden sind (vgl. E. 7.1.3.4 betr. Ad-Impressions; E. 7.1.4.2 betr. TKP; E. 7.2.8 betr. Print-Werbeerlös; E. 7.3.6 betr. Erlös aus Abonnementsverkauf) und welche direkten Kosten insgesamt (vgl. E. 8.3) angefallen sind. Diese Tatsachen liegen alle ausschliesslich im Herrschaftsbereich der Beklagten".

III. Anmerkungen:

12

Was Pessimisten schon vor rund 19 Jahren, als der Entscheid des Bundesgerichts i.S. Schnyder gegen Ringier AG ("SonntagsBlick") bekannt wurde, befürchteten, ist nun eingetreten: Die Erwägungen in BGE 133 III 153 über die Gewinnherausgabe bei widerrechtlichen Persönlichkeitsverletzungen durch Medien (bestätigt in BGer 5A_658/2014 [Hirschmann I] und BGE 143 III 297 [Hirschmann II]) hat ein Medienunternehmen mit voller Wucht getroffen. Ein Gewinn von rund CHF 300'000 für vier Artikel erscheint enorm, und es stellt sich die Frage, ob und inwiefern sich das Urteil des Kantonsgerichts Zug negativ auf die Medien oder gar auf die Medienfreiheit in der Schweiz auswirken könnte.

13

Dass das Kantonsgericht die von der Beklagten geltend gemachte "Mehrgewinn"-Methode verworfen hat (E. 6.3.1 ff.), überrascht nicht. Im Fall Schnyder hat das Bundesgericht klipp und klar festgehalten, der Begriff des Gewinns könne nicht so verstanden werden, dass "gewissermassen Tagesmehreinnahmen erzielt worden sein müssten" (BGE 133 III 153 E. 3.3).

14

Sowohl der Entscheid des Bundesgerichts in Sachen Schnyder als

auch derjenige des Kantonsgerichts Zug i.S. Spiess-Hegglin dürften für die allermeisten Medien in der Schweiz von begrenzter Bedeutung und Tragweite sein. Die beiden Urteile betreffen (erstens) nur den Boulevardjournalismus (bzw. die "Sensationspresse" [BGer 5A_658/2014, E. 13.2.2]), d.h. eine Berichterstattung, welche "die natürliche Neugier des Publikums auf vermeintliche und echte Skandale, auf Berichte von Katastrophen und Ereignissen verschiedenster Art, insbesondere aber auch auf (Home-)Storys aus dem Privatleben oder gar der Intimsphäre bekannter Zeitgenossen aus Sport, Politik und Unterhaltung gleichzeitig schüren und befriedigen". Nur wenn das "wirtschaftliche Fortkommen bzw. die Gewinnerzielung eines ökonomisch auf die betreffende Sparte ausgerichteten Mediums (…) mit der längerfristig angelegten Befriedigung der spezifischen Erwartungen seiner Leserschaft" zusammenhängt und diese Erwartungen "dergestalt erfüllt" würden, "dass eine scharf an der Persönlichkeitsverletzung entlangführende Linie gefahren wird, bei der es zur Überschreitung der Grenze des Zulässigen kommen kann, muss die Kausalität zwischen unrechtmässiger Persönlichkeitsverletzung und Gewinnerzielung bejaht werden, wenn und soweit die entsprechende Berichterstattung von der Ausrichtung und Aufmachung her geeignet ist, zur Erhaltung der Auflage und damit zur Gewinnerzielung beizutragen" (BGE 133 III 153 E. 3.4; vgl. auch BGer 5A_658/2014 [Hirschmann I], E. 13.2.2). Sind diese Kriterien nicht erfüllt, wie zum Beispiel beim Investigativjournalismus, muss für die Kausalität zwischen widerrechtlicher Persönlichkeitsverletzung und Gewinnerzielung der volle Beweis erbracht werden.

15

Das Kantonsgericht Zug hat sich nicht eingehend mit der Frage des Boulevardjournalismus' beschäftigt. Es begnügte sich mit der Feststellung, es handle sich bei den "Blick"-Medien der Beklagten um "Boulevard" – dies sei "einerseits notorisch und andererseits unbestritten" (E. 6.2.2). Die Notorietät begründete es mit dem Hinweis auf BGE 133 III 153, was abwegig

ist, betraf dieser Entscheid doch eine Berichterstattung im “SonntagsBlick” im Jahr 2002.

16

Die Entscheide Schnyder und Spiess-Hegglin sind (zweitens) nicht auf eine einzelne Berichterstattung ausgelegt, sondern auf eine “längerfristig angelegte Befriedigung der spezifischen Erwartungen” der Leserschaft (BGE 133 III 153 E. 3.4 und BGer 5A_658/2014 [Hirschmann I], E. 13.2.2). Massgeblich ist, “ob es sich um einen einzelnen Artikel, um eine ganze Serie oder gar um eine eigentliche Kampagne handelt” (BGE 133 III 153 E. 3.5 und BGE 143 III 297 [Hirschmann II], E. 8.2.5.2). Es bedarf “in objektiver Hinsicht und nach dem Empfinden des Durchschnittslesers jeweils eine Anknüpfung an der vorangegangenen Berichterstattung” (BGE 133 III 153 E. 3.6).

17

Das Kantonsgericht Zug liess es offen, ob die zu beurteilende Berichterstattung der Beklagten als Serie oder als Kampagne einzustufen sei. Es stellte aber zu Recht fest, sie sei “auf jeden Fall geeignet, die Erwartungen des an Boulevard-Journalismus interessierten Lesers bzw. Abonnenten über längere Zeit zu befriedigen und ihn zu binden” (E. 7.3.4).

18

Es besteht (drittens) der Eindruck, dass die Schätzung des Gewinns durch das Kantonsgericht Zug deshalb hoch, möglicherweise zu hoch, ausgefallen ist, weil die Behauptungen und Berechnungen der Klägerin von der Beklagten nicht oder nicht substantiiert bestritten wurden und die Beklagte weder auf das Gewichtungsmodell der Klägerin eingegangen ist noch diesem eine eigene Gewichtung entgegengehalten hat (vgl. E. 9.3.2). Es ist nicht davon auszugehen, dass es sich dabei um prozessuale Versäumnisse der Beklagten handelt. Vielmehr ist anzunehmen, dass die Beklagte – aus welchen Gründen auch immer – nicht substantiiert bestreiten bzw. gewisse Zahlen

nicht offen legen wollte. Die vom Kantonsgericht vorgenommene Schätzung dürfte deshalb über den vorliegenden Einzelfall hinaus keine Bedeutung erlangen.

19

Dazu kommt (viertens), dass die Beurteilung der Behaptungen, Berechnungen und insbesondere des Gewichtungsmodells der Klägerin durch das Kantonsgericht nicht vollends überzeugt. Wiederholt qualifiziert das Gericht diese als “nachvollziehbar” und/oder “überzeugend” (vgl. zum Beispiell E. 7.2.7, 7.2.10.2, 7.2.11.2, 7.2.12.2, 7.3.5.1) – ohne dass jedoch die Gründe für diese Qualifizierung ersichtlich sind. Es fehlt vor allem eine vertiefte Auseinandersetzung mit den Gewichtungswerten, welche die Klägerin den einzelnen Printartikeln zugeordnet hat.

20

Das Kantonsgericht Zug war zwar sichtlich bemüht, im Rahmen der Vorgaben des Bundesgerichts sowie des prozessrechtlich Gangbaren eine möglichst realitätsnahe Gewinnschätzung vorzunehmen. Dennoch hinterlässt die Schätzung einen schalen Nachgeschmack. Sie enthält zu viele ungesicherte Annahmen, Durchschnittszahlen, Bewertungen und Zuordnungen, als dass sie den Anspruch erheben könnte, der Realität nahe gekommen zu sein. Auch deshalb dürfte ihre präjudizielle Wirkung nicht allzu stark sein – selbst wenn der (noch nicht rechtskräftige) Entscheid des Kantonsgerichts Zug vom 22. Januar 2025 von den Rechtsmittelinstanzen geschützt würde.

Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International Lizenz.