

4. Vorwurf der persönlichkeitsverletzenden Medienkampagne

4.1.1 Der Kläger stellt sich auf den Standpunkt, die Beklagten hätten eine widerrechtliche Medienkampagne gegen ihn geführt. Sie hätten das Ziel verfolgt, ihn zu diskreditieren, seinen guten Ruf als ehrbaren Menschen, Honorarkonsul von Russland in Lausanne und Mäzen unzähliger schweizerischer und ausländischer Forschungsprojekte nachhaltig zu schädigen. Dabei sei es ihnen nicht um die Befriedigung eines legitimen Informationsbedürfnisses der Öffentlichkeit gegangen, sondern um die Durchsetzung ihrer eigenen Ziele (act. 2 Rz. 372), nämlich Gewinnmaximierung, Entfernung missliebiger Politiker und Parteipolitik in Sachfragen (act. 43 Rz. 1068). Die Masse und Intensität dieser Berichterstattung sei – unabhängig vom konkreten Inhalt der inkriminierten Artikel – extrem und in keiner Weise mit einem öffentlichen Informationsinteresse zu rechtfertigen (act. 2 Rz. 373). Die konzerninterne Verwertung von beinahe wortgleichen Artikeln in verschiedenen Titeln und unter dem Deckmantel von unterschiedlichen juristischen Herausgebern zeige eindrücklich, dass die Beklagten eine eigentliche Medienkampagne gegen ihn geführt hätten (act. 2 Rz. 373). Die Beklagten hätten aber nicht nur an dieser Medienkampagne gegen ihn (den Kläger) teilgenommen, sie seien in ihrer Gesamtheit gar die eigentlichen Initianten beziehungsweise die federführenden Akteure der Kampagne gewesen. Augenscheinlich sei denn auch, dass regelmässig Artikel der Beklagten den Anlass dafür darstellten, dass andere Herausgeber Artikel in ihren Print- und Onlinemedien publizierten und insoweit auf den "Zug der Medienkampagne" aufsprängen beziehungsweise die Polemik fortführten (act. 2 Rz. 374). Neben der Masse und Intensität der Berichterstattung Sorge auch die visuelle Aufmachung der Artikel für grosse Aufmerksamkeit und Aufregung. Typisch für eine Hetzkampagne werde aufgebauscht, skandalisiert

und personifiziert, alles auf seinem Buckel, zum eigenen Vorteil und Gewinn der Beklagten. Mindestens sechs Artikel seien auf der Titelseite der Printmedien erschienen; die Artikel seien mit zuweilen reisserischen Schlagzeilen, Untertiteln und Bildlegenden versehen und zögen die Aufmerksamkeit der Leser mit (teilweise privaten) Bildern auf sich. Über 40 Artikel nähmen mehr als eine halbe Seite in Anspruch und seien mit Bebilderung erschienen. Die Beklagten hätten die Berichte also auch visuell in einer Weise aufgebauscht, die nicht mehr von einem öffentlichen Informationsbedürfnis getragen sein könne, sondern reinen Sensationsjournalismus darstelle (act. 2 Rz. 375). Demgegenüber sei die Berichterstattung über die ihn (den Kläger) entlastende Nichtanhandnahmeverfügung der Staatsanwaltschaft lediglich in einer nicht bebilderten Kurzmeldung, jeweils im hinteren Teil des Printmediums erschienen (act. 2 Rz. 376). Das Ausmass der Berichterstattung und ihre Aufmachung entbehrten jeglicher Verhältnismässigkeit. Für eine allfällige Information der Öffentlichkeit müsse nicht dasselbe Thema wieder und wieder aufbereitet werden (act. 2 Rz. 385). Vorliegend sei kein spezifisches Ereignis ersichtlich, welches das Lostreten und stetige Befeuern einer Kampagne rechtfertige. Würden dieselben leeren Verdächtigungen, falschen Unterstellungen und rufschädigenden Insinuationen immer wieder auf einem gleichbleibenden Wissensstand veröffentlicht, so könne nicht die Rede von einer berechtigten und verhältnismässigen Berichterstattung sein (act. 2 Rz. 386). Die Beklagten hätten ihre Verunglimpfungen publiziert und eine Medienkampagne gegen ihn geführt, ohne dass (erstens) gegen ihn irgendetwas vorliege (völlig fehlende Fakten im öffentlichen Interesse) und (zweitens) indem sie die vollständigen und frühzeitig erteilten (wahren) Antworten auf ihre zumeist rhetorischen Fragen schlicht ignoriert und stets dasselbe (Unbedeutende, z.T. Unwahre) weiter publiziert hätten, um das Bashing gegen ihn weiterzutreiben und ihre Kampagne am Köcheln zu halten (act. 2 Rz. 392 ff.). Auf der anderen Seite seien Tatsachen und Ereignisse, die ihn entlasteten oder in einem guten Licht erscheinen liessen, unterdrückt worden (act. 43 Rz. 1093), etwa sein philanthropisches Wirken, seine Forschungstätigkeiten und Mitgliedschaften in entsprechenden Gesellschaften in anderen Ländern als in Russland, die zahlreichen Auszeichnungen und Ehrungen in anderen Teilen der Welt, seine Leidenschaft für die Polarforschung vor dem

Hintergrund der Klimaerwärmung, die Unterstützung von zahlreichen Forschern in ihrer Forschungsarbeit in Grönland und der Antarktis oder seine via Swiss Polar Institute organisierte und von ihm unterstützte Expedition um die Antarktis (act. 43 Rz. 1097 f.).

4.1.2 Die Beklagten bestreiten, eine persönlichkeitsverletzende Medienkampagne gegen den Kläger geführt zu haben (act. 20 Rz. 888 ff.; act. 23 Rz. 380 ff.; act. 57 Rz. 843 ff.; act. 62 Rz. 529 ff.).

4.2 Gemäss der bundesgerichtlichen Rechtsprechung kann eine Berichterstattung in den Medien aufgrund ihres Umfangs und ihrer Intensität an das Recht einer betroffenen Person auf Achtung der (informationellen) Privatsphäre, wie es von Art. 28 ZGB ebenfalls geschützt ist, rühren (BGE 143 III 297 E. 6.5; vorne E. 1.3.2). Die Berichterstattung kann einer übermässigen Einmischung in die Individualität der betroffenen Person gleichkommen. Sie kann den Rahmen dessen sprengen, was sich die betroffene Person gefallen lassen muss, indem sie die betroffene Person ihres privaten Herrschaftsrechts beraubt, selbst darüber zu entscheiden, von welchen Informationen über sich und ihr Leben die Öffentlichkeit erfahren soll (BGE 143 III 297 E. 6.5).

Zu prüfen ist in einem ersten Schritt, ob aufgrund des Umfangs und der Intensität der Berichterstattung eine Persönlichkeitsverletzung zu bejahen ist. In einem zweiten Schritt ist zu untersuchen, ob die Verletzung widerrechtlich war oder ein Rechtfertigungsgrund vorlag.

4.3.1 Aus dem Leitentscheid BGE 143 III 297 (Fall Hirschmann) lassen sich Hinweise zu den Merkmalen entnehmen, die erfüllt sein müssen, damit eine Mehrzahl von Medienberichten als persönlichkeitsverletzende Medienkampagne zu qualifizieren ist. Ausgangspunkt bildete dort die Verhaftung eines Unternehmers, Clubbetreibers und "Boulevard-Prominenten", die einen "Medienrummel von bisher unbekanntem Ausmass" nach sich zog. Es kam zu einer "sehr grossen Flut von Medienberichten", zu einem "präzedenzlosen Medienhype". Der Fall wurde "medial ausgeschlachtet". Tagtäglich kamen "neue Fakten ans Tageslicht" und "verschiedenste, irgendwie involvierte Personen [taten] in den diversen Medien

ihre Meinungen zum Thema [kund]". Die Medien "stürzten sich regelrecht auf das Ereignis". Es wurde "versucht, an jedem weiteren Tag einen 'neuen' Bericht zu schreiben", wobei sich diese Berichte "jedoch immer um dasselbe Thema drehen, nämlich die Verhaftung bzw. das laufende Strafverfahren". Die Berichte wurden "aufgebauscht", indem neben der Information über die Strafuntersuchung auch noch andere, kleinere Geschichten rund um die betroffene Person "darin verpackt" wurden. Preisgegeben wurden dabei "personenbezogene Begebenheiten und Ereignisse aus dem Leben" der betroffenen Person in einer Weise, in der sie blossgestellt wurde (BGE 143 III 297 E. 6.1, 6.5). Die Berichte betrafen "angebliche Sexualdelikte des Klägers, angebliche Erpressungen, Nötigungen, Drohungen, Freiheitsberaubungen, angebliche physische Gewalt insbesondere gegenüber Frauen sowie angebliche Charakterschwächen, sittenwidriges Verhalten oder psychische Krankheit" (so zusammengefasst bei Bacher, sui-generis 2017, S. 247).

4.3.2 Der vorliegende Fall ist gänzlich anders gelagert:

4.3.2.1 Der grösste Teil der beanstandeten Artikel hatte Westschweizer Politiker und nicht den Kläger zum Gegenstand. Der Kläger kam in ihnen nur insoweit vor, als den Politikern im Wesentlichen vorgeworfen wurde, angesichts ihrer amtlichen Funktionen heikle Beziehungen zu ihm zu unterhalten (vorne E. 3.1 ff.). Nur in den Artikeln vom 20. Juli 2018 (E. 3.4, 3.5), vom 22./23. September 2018 (E. 3.15), vom 3. Oktober 2018 (E. 3.16), vom 18. November 2018 (E. 3.29), vom 10. Dezember 2018 (E. 3.30) und in der Schwerpunktausgabe von 24 heures vom 22. Februar 2019 (E. 3.32-39) geht es im Kern um den Kläger. Wenn der Kläger auf die schiere Masse an Artikeln verweist, so gründet dies wesentlich auf seinem Ansatz, jeden Artikel zu zählen, in dem sein Name erwähnt wird, und dieselben Artikel mehrfach zu zählen, weil sie als Online- und als Printartikel sowie in verschiedenen von der TX-Gruppe vertriebenen Zeitungen erschienen sind. Dies gibt ein falsches Bild wieder. Ob ein Artikel bloss in einer Zeitung mit grosser Reichweite oder in mehreren Zeitungen mit bloss lokaler Leserschaft erscheint, ist nicht entscheidend. Aus der "konzerninternen Verwertung" derselben Artikel in ver-

schiedenen Pressetiteln kann entgegen der Ansicht des Klägers keine Medienkampagne abgeleitet werden. Es handelt sich schlicht um eine Folge der Pressekonzentration bzw. der Gegebenheiten der neueren Medienlandschaft. Auch der Vorwurf, die "derart intensive und breite Streuung der Berichterstattung über den Kläger" habe offensichtlich das Ziel verfolgt, eine möglichst grosse Aufmerksamkeit zu generieren (act. 43 Rz. 1153), geht an der Sache vorbei. Natürlich legen es Medien auf eine breite Wirkung an. Eine Medienkampagne begründet dies aber noch nicht. Kein entscheidendes Kriterium für das Vorliegen einer Kampagne ist auch die von Kläger hervorgehobene Verlinkung der verschiedenen Berichte (vgl. act. 2 Rz. 446). Dies gehört bei der Online-Berichterstattung zum Standard (Bacher, sui-generis 2017, S. 251 Rz. 20).

4.3.2.2 Der erste beanstandete Artikel vom 26. Juni 2018 hatte Russlandreisen von Westschweizer Politikern zum Inhalt, die sie mit dem Kläger unternommen hatten (E. 3.1). Die folgenden Artikel behandelten verschiedene Aspekte, die damit im Zusammenhang standen (E. 3.2 ff.). Aufgegriffen wurde das Thema der Russlandreisen alsdann im Zusammenhang mit Vorstössen linker Parlamentarier (E. 3.6, 3.7, 3.8, 3.14, 3.21, 3.27), der Eröffnung einer Voruntersuchung gegen Pascal Broulis und Géraldine Savary (E. 3.9, 3.12), dem Abschluss der Voruntersuchung durch die Waadtländer Staatsanwaltschaft (E. 3.17, 3.18) und der Einsicht in den begründeten Nichtanhandnahmeentscheid der Staatsanwaltschaft (E. 3.31). Berichtet wurde weiter über eine vom Kläger bezahlte Reise Géraldine Savarys nach Granada (E. 3.12, 3.13, 3.19, 3.25) und den Rücktritt von Savary (E. 3.23, 3.24, 3.28). In den Artikeln über den Kläger ging es alsdann insbesondere um die Pauschalbesteuerung, die Steuererleichterungen für Ferring, die Errichtung von Offshore-Gesellschaften, seine Tätigkeit als Russischer Honorarkonsul sowie sein Wirken als "Explorer" und Mäzen.

Anders als im Fall Hirschmann kreisten die Artikel damit nicht um einen isolierten Themenkreis, der ausgeschlachtet und aufgebauscht wurde. Entgegen den pauschalen Behauptungen des Klägers ist auch nicht ersichtlich, dass es den Beklagten schlicht um Schädigung seines Rufs (act. 2 Rz. 372) bzw. um "Gewinnmaximierung, Entfernung missliebiger Politiker und Parteipolitik in Sachfragen" (act. 43

Rz. 1068) ging. Eine blossе unbelegte Mutmassung ist schliesslich, den Artikeln läge ein Streit zwischen Pascal Broulis und Pietro Supino zugrunde (vgl. act. 43 Rz. 1203).

4.3.2.3 In den Artikeln geht es wie ausgeführt um Fragen der Verbindung zwischen Politik und Wirtschaft, möglichen Vorteilsannahme durch Politiker, Steuererleichterungen für Firmen und Private, Optimierungen der Vermögensgestaltung mittels Offshore-Gesellschaften, schwer durchschaubare Firmengeflechte, Ausübung von Soft Power durch Staaten und deren Vertreter, philanthropische Tätigkeiten, Forschungstätigkeit, Wirken als Russischer Honorarkonsul (s.a. vorne E. IV/2.4). Dabei handelt es sich um Themen, die nichts gemein haben mit den Berichten über angebliche Sexual- und Gewaltdelikte sowie angeblichen Charakterschwächen eines Boulevard-Prominenten wie im Fall Hirschmann. In keinem Artikel wird über private oder intime Details des Klägers berichtet; sein Privatleben kommt in den Artikeln gar nicht vor. Der Kläger wird weder "blossgestellt" noch "gedemütigt". Es ist auch nicht ersichtlich, dass "teilweise private" Bilder publiziert worden sein sollen bzw. die "visuelle Aufmachung der Artikel für grosse Aufmerksamkeit und Aufregung" gesorgt hätten (vgl. act. 2 Rz. 375). Was der Kläger als typisch für eine Hetzkampagne bezeichnet, nämlich das Aufbauschen, Skandalisieren und Personifizieren (act. 2 Rz. 375), ist vorliegend mit Bezug auf ihn nicht gegeben.

4.3.2.4 Nach dem Ausgeführten fällt die vorliegend zu beurteilende Berichterstattung nicht unter den Begriff der Medienkampagne (vgl. Bacher, sui-generis 2017, S. 258 Rz. 53). Der Vollständigkeit halber ist gleichwohl auf die Frage der Widerrechtlichkeit bzw. des Rechtfertigungsgrundes einzugehen.

4.4.1 Eine Persönlichkeitsverletzung ist widerrechtlich, wenn sie nicht durch Einwilligung des Verletzten, durch ein überwiegendes privates oder öffentliches Interesse oder durch Gesetz gerechtfertigt ist (Art. 28 Abs. 2 ZGB; dazu vorne E. 1.4.1). Ein Rechtfertigungsgrund liegt damit namentlich vor, wenn der Verletzer ein (privates oder öffentliches) Interesse nachweisen kann, das dem grundsätzlich schutzwürdigen Interesse des Verletzten mindestens gleichwertig ist. Auf ihre

Schutzwürdigkeit hin zu prüfen sind nicht nur die Ziele, die der Urheber der Verletzung verfolgt, sondern auch die Mittel, derer er sich dazu bedient. Dies bedingt eine Abwägung der auf dem Spiel stehenden Interessen, die das Gericht in Ausübung seines Ermessens vorzunehmen hat (BGE 143 III 297 E. 6.7.1 m.H.).

4.4.2 Mit Bezug auf ein privates Interesse eines Medienunternehmens hat das Bundesgericht festgehalten, dass die Gewinnstrebigkeit und der Umstand, dass die Berichterstattung letztlich diesem wirtschaftlichen Zweck diene, in einer Medienwelt, die vom Prinzip her marktwirtschaftlich organisiert ist, als naturgegebener Zusammenhang gelten könne (BGE 143 III 297 E. 6.5). Insofern ist ein privates Interesse erstellt. An der Berichterstattung durch die Medien und der damit verbundenen Information der Öffentlichkeit besteht im Weiteren ein öffentliches Interesse (Informationsauftrag der Medien). In Frage steht, ob insbesondere dieses öffentliche Interesse gegenüber der erfolgten Verletzung überwiegt, d.h. ob "das Opfer, das dem Verletzten mit dem Eingriff in seine persönlichen Verhältnisse aufgebürdet wird, geringfügiger erscheint als der Vorteil, den eine Mehrheit anderer Personen oder die Allgemeinheit daraus zieht" (BGE 143 III 297 E. 6.7.3).

4.4.3 Im Fall Hirschmann ging es im Kern um die Frage, ob auch die "kollektive Klatschsucht", die von der Medienkampagne bedient wird, als massgebliches öffentliches Interesse betrachtet werden kann (BGE 143 III 297 E. 6.7.3). Das Bundesgericht hielt fest, dass der reinen Unterhaltung als öffentlichem Interesse nicht das Gewicht zukommt, welches das Informieren – verstanden als aufklärendes Vermitteln von Neuigkeiten aus verschiedensten Bereichen des Allgemeininteresses – für sich beanspruchen kann. Je weiter die reine Unterhaltung als von den Medien bedientes Bedürfnis in den Vordergrund rücke, desto schwerer falle es, ein (überwiegendes) öffentliches Interesse anzunehmen. Stehe als öffentliches Interesse einzig die Unterhaltung der Allgemeinheit oder einer Vielzahl von Personen in Frage, müsse sich der Verletzte mit Blick auf seine Persönlichkeitsrechte mit anderen Worten weniger gefallen lassen, als wenn es um die Befriedigung eines legitimen Informationsbedürfnisses geht (BGE 143 III 297 E. 6.7.3).

Vorliegend geht es nicht um Klatschsucht bzw. reine Unterhaltung. Vielmehr wurden Themen behandelt, an denen durchaus ein gewichtiges Informationsbedürfnis der Öffentlichkeit besteht (vorne E. 2.4 und 4.3.2.3).

4.5 Als Fazit bleibt festzuhalten, dass von den Beklagten keine persönlichkeitsverletzende Medienkampagne gegen den Kläger geführt wurde. Die Klage ist vollumfänglich abzuweisen.
