

[Minderheitsmeinung HG210105]

Eine Minderheit dieses Gerichts vertritt in Bezug auf Ziff.4 und 6 eine abweichende Meinung [...].

Urheberrechtsschutz des klägerischen Artikels

Das Werk der Klägerin setzt sich aus dem Frontartikel, dem Artikel auf Seite 3 und einem Interview mit Herrn Gribi zusammen und stellt ein «Gesamtwerk» dar (nachfolgend klägerischer Artikel). Entsprechend ist für die Beurteilung, ob ein Werk im Sinne von Art 2 URG vorliegt, von einer einheitlichen Betrachtung des gesamten Werks auszugehen (siehe hierzu auch Plädoyernotizen der Klägerin Rn 114).

Eine Gesamtbetrachtung des klägerischen Artikels zeigt, dass dieser bezüglich Gliederung, Aufbau und Textstruktur, den üblichen Anforderungen an journalistische Artikel entspricht. Inhaltlich wird im klägerischen Artikel eine banale Geschichte in einfacher Sprache zu einem allgemeinen Thema erzählt. Die Aussagen, dass 500 Hotels zum Verkauf stehen und in der Schweiz rund 500 kleine und mittlere Betriebe zum Verkauf stehen, diverse Hilfspakete von Bund und Kantonen das Überleben zahlreicher Betriebe sichern und Corona den Strukturwandel beschleunigen wird, Konkurse zunehmen werden und es zu Hotelschliessungen kommen wird, sind gebräuchliche Aussagen und Formulierungen, welche den klägerischen Artikel schöpferisch nicht prägen. Ebensovienig sind der von der Klägerin getätigte Aufwand für die Recherchen und die für das Verfassen eines journalistischen Artikels üblichen Anordnungs- und Selektionsentscheide sowie die Tatsache, dass sich der Artikel an einschlägige Fachkreise (Hotelrevue) richtet (Urteil Ziff. 4, S. 16,17) für die Beurteilung des individuellen Charakters des Werkes massgebend.

Vorliegend erhält der klägerische Artikel jedoch durch die Darstellung von Personen wie Herrn Baumgartner (Käufer), Herrn Götz (Verkäufer) und die Herren Zumkehr und Gribi (Makler) sowie Andreas Züllig (Hotellerie Suisse) individuelle Züge. Da gemäss bundesgerichtlicher Rechtsprechung (BGE 136 III 225 E. 4.2 S. 229) bei Sprachwerken bereits ein geringer Grad an Individualität genügt, um von einer urheberrechtlich geschützten Schöpfung auszugehen, kann bei einer Gesamtbetrachtung des klägerischen Artikels somit von einem Werk gemäss Art. 2

URG ausgegangen werden. Dem Werk ist jedoch kein hohes Mass an Individualität zuzuschreiben.

Neugestaltung

Der klägerische Artikel erschöpft sich wie vorne ausgeführt, weitestgehend in banalen Aussagen in wenig charakteristischer Prägung, einer alltäglichen Sprache und einem wenig originellen Aufbau. Die Individualität und charakteristischen Züge erhält der klägerische Artikel dadurch, dass verschiedene Personen mit ihren eigenen Worten ihre eigenen konkreten Geschäfte darstellen.

Der Artikel der Beklagten stimmt weder im Aufbau, Inhalt, Sprache und Informationsgehalt mit demjenigen der Klägerin überein.

Der Aufbau des beklagten Artikels ist eigenständig. Im Lead wird in vier klaren, knappen Sätzen dargestellt, dass hunderte von Hotels wegen Corona zum Verkauf stehen und sich die Lage schnell verschärfen werde. Der 1. Absatz beschreibt in 5, ebenfalls kurzen Sätzen die Krise, der zweite Absatz in ebenfalls 5 ganzen Sätzen die Verkaufssituation und den bremsenden Einfluss der Hilfsgelder. Unter dem Zwischentitel wird im ersten Absatz die Situation aus Sicht der Makler geschildert, im letzten Absatz wird Herr Züllig zitiert. Von mindestens fünf handelnden Personen, werden nur zwei erwähnt.

Auch in sprachlicher Hinsicht ist der beklagte Artikel unterschiedlich. In typischer Sprache eines «Boulevardmediums» ist er pointiert formuliert und setzt eigene Akzente. Die weitestgehend banalen Aussagen werden teilweise durch stilistische Mittel erhöht und damit die Ausdruckskraft gestärkt. So heisst es im zweiten Abschnitt „Hilfspaket von Bund und Kantonen sicherten in den letzten Monaten das Überleben vieler Hotels. **Noch.**“ Im vierten Abschnitt, «Konkurse werden zunehmen und auch weitere Gründe werden zu Hotelschliessungen führen, sagt Andreas Züllig, Präsident Hotellerieuisse. **Wahrlich trübe.**»

In inhaltlicher Hinsicht beschränkt sich der Artikel darauf, die Krise und deren weitere Entwicklung zu schildern, und das auf höchstens einem Drittel des Umfangs, den die Klägerin zur Verfügung hatte.

Die gelegentlichen Übereinstimmungen erschöpfen sich in gebräuchlichen Formulierungen und Aussagen, welche den klägerischen Artikel nicht prägen.

Mangels Übernahme der individuellen Züge scheint der klägerische Artikel im beklagten Artikel nicht durch. Auf die inhaltlich gleiche Botschaft der beiden Artikel kommt es vorliegend nicht an. Informationen als solche sind urheberrechtlich nicht geschützt, es würde auch dem Grundrecht der Informationsfreiheit, welche auch die Freiheit von Verbreitung von Informationen mitumfasst, fundamental widersprechen, wenn Informationen urheberrechtlich geschützt werden könnten. Folglich ist auf den ähnlichen oder anlehenden Informationsgehalt des klägerischen und des beklagten Artikels nicht abzustützen, um zu beurteilen, ob der individuelle Charakter des klägerischen Werkes im beklagten Werk erkennbar bleibt. Die charakteristischen Wesenszüge des klägerischen Werkes, die ohnehin kein hohes Mass an Individualität erreichen, wurden im beklagten Werk gerade nicht übernommen. Einzig die Aussagen von zwei handelnden Personen werden im beklagten Werk, anlehend an das klägerische Werk, wiedergegeben. Es folgt daraus, dass die Wesenszüge des klägerischen Werkes im beklagten Werk geradezu verblassen.

Aufgrund des unterschiedlichen Aufbaus, Inhalts und Informationsgehalts ist somit beim beklagten Artikel von einer urheberrechtskonformen Neugestaltung auszugehen. Dies führt dazu, dass vorliegend der Beklagten keine Urheberrechtsverletzung vorzuwerfen ist.

Matthias Städeli, Handelsrichter

Seraina Denoth, Handelsrichterin