

Entscheid im Widerspruchsverfahren Nr. 15605 in Sachen

Aare Seeland Mobil AG
Grubenstrasse 12
4900 Langenthal

Widersprechende

vertreten durch Rechtsanwalt Nermic Zulic, Bracher und Partner Recht AG, Advokatur & Notariat
Eisenbahnstrasse 11, Postfach 1661, 4901 Langenthal

Schweizer Marke Nr. 523 005



gegen

Erlebnismacher AG
c/o Abenteuer-Zeitreisen TOPAZ GmbH
Hauptstrasse 59
9053 Teufen AR

Widerspruchsgegnerin

vertreten durch FMP Fuhrer Marbach & Partner, Konsumstrasse 16A, 3007 Bern

CH-Marke Nr. 702 706



Gestützt auf Art. 31 ff. i. V. m. Art. 3 des Bundesgesetzes über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben (MSchG, SR 232.11), Art. 20 ff. der Markenschutzverordnung (MSchV, SR 232.111), Art. 1 ff. der Verordnung des IGE über Gebühren (GebV-IGE, SR 232.148) sowie auf Art. 1 ff. des Bundesgesetzes über das Verwaltungsverfahren (VwVG, SR 172.021) hat das Eidgenössische Institut für Geistiges Eigentum (nachfolgend: Institut)

in Erwägung gezogen:

I. Sachverhalt und Verfahrensablauf

1. Die Schweizer Marke Nr. 702 706 "ERLEBNIS MACHER" (fig.) wurde am 26. Mai 2017 in Swissreg veröffentlicht. Sie ist für folgende Dienstleistungen eingetragen:

Klasse 35: Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Beratung bei der Organisation und Führung von Unternehmen; Beratung in Fragen der Geschäftsführung; Unternehmensberatung; Event-Marketing; zur Verfügung stellen von Geschäfts-, Handels- und Produktinformationen mittels eines globalen Computernetzwerkes (Internet); Zusammenstellung, Systematisierung und Verwertung von öffentlichen und privaten Daten (Datenverarbeitung); Detailhandel und diesbezügliche Beratung über globale Computernetzwerke (Internet); alle Dienstleistungen schweizerischer Herkunft;

Klasse 39: Transportwesen; Veranstaltung und Organisation von Reisen und Ausflugsfahrten; Beförderungsdienste für Besichtigungstouren; Vermietung von Fahrzeugen; alle Dienstleistungen schweizerischer Herkunft;

Klasse 41: Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Dienstleistungen im Bereich Freizeitgestaltung; Veranstaltung sportlicher Wettkämpfe; Veranstaltung und Durchführung von Seminaren, Workshops und Kursen; Organisation und Durchführung von Galaveranstaltungen und andern gesellschaftlichen Anlässen (Events), nämlich von touristischen, kulturellen und/oder sportlichen Veranstaltungen oder von solchen mit Unterhaltungsscharakter sowie von Wettbewerben (einschliesslich Verleihung von Preisen); Online-Publikationen von elektronischen Büchern und Zeitschriften; online aus Computerdatenbanken oder dem Internet bereitgestellte interaktive Informationen über Unterhaltungs- und Bildungsveranstaltungen; alle Dienstleistungen schweizerischer Herkunft;

Klasse 43: Verpflegung; Beherbergung von Gästen; alle Dienstleistungen schweizerischer Herkunft.

2. Am 18. Juli 2017 erhob die Widersprechende gegen die Eintragung dieser Marke Widerspruch und beantragte deren vollumfänglichen Widerruf.

Die Widersprechende stützt sich auf ihre Schweizer Marke Nr. 523 005 "Erlebnis Schweiz" (fig.), die in der Schweiz für folgende Waren und Dienstleistungen eingetragen ist:

Klasse 9: Geräte zur Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild, Magnetaufzeichnungsträger, Datenverarbeitungsgeräte und Computer, Disketten und CD-Rom, Computerprogramme (Software) für elektronische Informationssysteme und Reservation und Verkauf von Reisen und Warentransport;

Klasse 12: Apparate zur Beförderung auf dem Lande, in der Luft oder zu Wasser;

Klasse 16: Fotografien, Schreibwaren, Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate), Druckereierzeugnisse, Bücher, Zeitungen, Periodika und Prospekte, Papier, Karton und Waren aus diesen Materialien (soweit in dieser Klasse enthalten), Toilettenhandtücher aus Papier, Tischservietten aus Papier, Filterpapier, Papiertaschentücher, Verpackungsbehälter, Verpackungspapiertüten, Kundenkarten (Visitenkarten), Verpackungsmaterial aus Kunststoff (soweit in dieser Klasse enthalten);

Klasse 28: Spielkarten;

Alle vorgenannten Waren schweizerischer Herkunft.

Klasse 35: Werbung, Verkaufsförderung, Förderung durch Werbung (Sponsoring), Public Relations mit Print- und elektronischen Medien aller Art, Geschäftsführung; Geschäftsführung für darstellende Künstler;

Klasse 36: Finanzielle Förderung (Sponsoring); Mieten für Dritte von Ferienwohnungen und Residenzen;

Klasse 39: Transportwesen, Transport mit Eisenbahnen und Schiffen; Lufttransporte; Gepäcktransport; Mieten für Dritte von Flugzeugen, Autos und Schiffen, Dienstleistungen eines Transportmaklers; Geld- und Werttransporte, Personen- und Warentransport mit Autos, Krankentransporte, Verteilung von Paketen, Verteilung von Zeitungen und

Periodika, Verpackung und Lagerung von Waren, Organisation von Ausflügen, Besichtigungen (Touristik); Veranstaltung von Reisen und Städtebesuchen, Reisebegleitung, Dienstleistungen eines Reisebüros, nämlich Organisation, Reservation, Bearbeitung und Vermittlung von Reisen, Vermittlung von Transportservices und Reisebegleitung; Organisation von Ferienlagern;

Klasse 41: Unterhaltung, Schulung, Ausbildung, Unterricht, insbesondere Sprachkurse, Sportkurse und Kochkurse; Ausbildung auf dem Gebiet der Konstruktion; Künstleragenturen, Musikdarbietungen [Orchester], Organisation und Durchführung von Sportwettbewerben, Filmproduktionen, Filmvorführungen, Vorführung von Theatern und Konzerten, inbegriffen die Dienstleistungen mit dem Ziel, die Billette für diese Veranstaltungen zu reservieren und zu beschaffen, sportliche und kulturelle Aktivitäten, Betrieb von sportlichen Installationen, insbesondere von gedeckten und ungedeckten Tennisplätzen, Squashhallen, Squashgelände, Tischtennishallen, Tischtennisgeländen, Badmintonhallen, Badmintongeländen, Golfbereichen, Golfgeländen, Athletikstadions, Fitnesscentern und Gesundheitsparcours, Sportflugplätzen; Betrieb einer Diskothek; Anfertigung von Übersetzungen; Fotografieren;

Klasse 42: Programmierung von Computern; Bauberatung;

Klasse 43: Verpflegung; Beherbergung von Gästen; Reservierungsdienste, insbesondere Organisation für Reservationen von Beherbergungen und Gastronomie, Reservationen von Hotels und Zimmern;

Klasse 44: Betriebe von öffentlichen Bädern für Zwecke der Körperhygiene; Betrieb von Saunaanlagen und Solarien; Dienstleistungen von Sanatorien und Erholungsheimen; Dienstleistungen in einem Coiffeur- und Schönheitssalon, Gartenarbeiten; Gartenbauarbeiten, Dienstleistungen eines Gartenbauarchitekten; landwirtschaftliche Dienstleistungen; Organisation von Erholungsaufenthalten und Kuren.

3. Mit Verfügung vom 19. Juli 2017 wurde die Widerspruchsgegnerin zur Einreichung einer Stellungnahme zum Widerspruch aufgefordert.
4. Mit Schreiben vom 14. September 2017 reichte die Widerspruchsgegnerin fristgerecht ihre Stellungnahme ein und ersuchte um Abweisung des Widerspruchs. Insbesondere machte sie den Nichtgebrauch der Widerspruchsmarke geltend.
5. Mit Verfügung vom 15. September 2017 wurde die Widersprechende zur Einreichung einer Replik aufgefordert.
6. Mit Schreiben vom 30. Oktober 2017 reichte die Widersprechende fristgerecht ihre Replik inklusive Beilagen ein.
7. Mit Verfügung vom 8. November 2017 wurde die Widerspruchsgegnerin zu Einreichung einer Duplik ersucht.
8. Mit Eingabe vom 20. Dezember 2017 reichte die Widerspruchsgegnerin fristgerecht Ihre Duplik ein.
9. Mit Verfügung vom 27. Dezember 2017 wurde das Instruktionsverfahren abgeschlossen.
10. Auf die einzelnen Ausführungen der Parteien wird, soweit sie für den Entscheid rechtserheblich erscheinen, in den nachstehenden Erwägungen eingegangen.

II. Sachentscheidvoraussetzungen

Gemäss Art. 31 Abs. 1 i. V. m. Art. 3 Abs. 1 MSchG kann nur der Inhaber einer älteren Marke gegen die Eintragung einer Marke Widerspruch erheben. Der Widerspruch ist innerhalb von drei Monaten nach der Veröffentlichung der Eintragung beim Institut schriftlich mit Begründung einzureichen. Innerhalb dieser Frist ist auch die Widerspruchsgebühr zu bezahlen (Art. 31 Abs. 2 MSchG).

Die Widerspruchsmarke wurde am 16. Januar 2004 hinterlegt, die angefochtene Marke am 10. Januar 2017. Die Widersprechende ist daher Inhaberin der älteren Marke und gemäss Art. 31 Abs. 1 MSchG zum Widerspruch legitimiert. Der Widerspruch wurde innert der vorgeschriebenen Frist und unter Einhaltung der notwendigen Formvorschriften (Art. 20 MSchV) eingereicht. Die Widerspruchsgebühr wurde rechtzeitig bezahlt. Auf den Widerspruch ist folglich einzutreten.

III. Materielle Beurteilung

A. Widerspruchsgründe

Gemäss Art. 3 Abs. 1 lit. c MSchG sind vom Markenschutz jene Zeichen ausgeschlossen, die einer älteren Marke ähnlich und für gleiche oder gleichartige Waren oder Dienstleistungen bestimmt sind, so dass sich daraus eine Verwechslungsgefahr ergibt.

B. Gebrauch der Widerspruchsmarke

1. Gemäss Art. 12 Abs. 1 MSchG kann ein Markeninhaber sein Markenrecht nicht mehr geltend machen, wenn er die Marke im Zusammenhang mit den Waren oder Dienstleistungen, für die sie beansprucht wird, während eines ununterbrochenen Zeitraums von fünf Jahren nach unbenütztem Ablauf der Widerspruchsfrist oder nach Abschluss des Widerspruchsverfahrens nicht gebraucht hat, ausser wenn wichtige Gründe für den Nichtgebrauch vorliegen.
2. Behauptet der Widerspruchsgegner den Nichtgebrauch der älteren Marke nach Art. 12 Abs. 1 MSchG, so hat der Widersprechende den Gebrauch seiner Marke während der letzten fünf Jahre vor Geltendmachung des Nichtgebrauchs (vgl. Richtlinien in Markensachen, 1.1.2017, [nachfolgend: Richtlinien], Teil 6, Ziff. 5.4.2, mit Hinweisen, unter https://www.ige.ch/fileadmin/user_upload/Juristische_Infos/d/richtlinien_mar-ken/Richtlinien_Marken_01012017.pdf) oder wichtige Gründe für den Nichtgebrauch glaubhaft zu machen (Art. 32 MSchG).
3. Will der Widerspruchsgegner die Einrede des Nichtgebrauchs nach Art. 32 MSchG erheben, muss er dies in seiner ersten Stellungnahme tun (vgl. Art. 22 Abs. 3 MSchV).
4. Gegen die am 8. Juli 2004 im Schweizerischen Handelsamtsblatt Nr. 130 publizierte Widerspruchsmarke wurde kein Widerspruch erhoben. Die fünfjährige Karenzfrist war somit zum Zeitpunkt der Einrede des Nichtgebrauchs, d.h. am 14. September 2017, seit längerem abgelaufen (vgl. zur Berechnung der Karenzfrist bei internationalen Registrierungen: Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.1). Die Widerspruchsgegnerin erhob die Einrede des Nichtgebrauchs des Widerspruchszeichens frist- und formgerecht, in ihrer ersten Stellungnahme vom 14. September 2017. Die Widersprechende hat somit den Gebrauch ihrer Marke für die letzten fünf Jahre vor Geltendmachung des Nichtgebrauchs durch die Widerspruchsgegnerin, d.h. für den Zeitraum zwischen dem 14. September 2012 und dem 14. September 2017, glaubhaft zu machen. Es genügt, wenn nur der Gebrauch in jüngster Zeit dargetan wird. Die Beweismittel müssen sich jedoch auf einen Zeitpunkt vor der Einrede des Nichtgebrauchs beziehen (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.4.2).
5. Rechtserhaltend ist nur ein ernsthafter Gebrauch. Bei der Ernsthaftigkeit des Gebrauchs wird in subjektiver Hinsicht die Absicht vorausgesetzt, der Nachfrage des Marktes genügen zu wollen. Massgebend für die Beurteilung der Ernsthaftigkeit sind die branchenüblichen Gepflogenheiten eines wirtschaftlich sinnvollen Handelns. Zu berücksichtigen sind Art, Umfang und Dauer des Gebrauchs sowie besondere Umstände des Einzelfalls. Nicht als ernsthaft gilt jeder Scheingebrauch, welcher nur deshalb aufgenommen wurde, um durch einen symbolischen Absatz den Verlust des Markenrechts abzuwenden (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.4.3).
6. Die Marke muss nicht auf der Ware oder der Verpackung selbst erscheinen. Rechtserhaltend wirkt jedoch nur ein funktionsgerechter Gebrauch der Marke. Es genügt, wenn ein Zeichen vom Publikum als Mittel zur Kennzeichnung von Waren und Dienstleistungen verstanden wird. Ausreichend kann z.B. eine Benutzung der Marke auf Prospekten, Preislisten, Rechnungen, usw. sein. Der Gebrauch muss sich aber in jedem Fall auf die registrierten Waren und/oder Dienstleistungen beziehen. An einem hinreichenden Bezug zu den zu kennzeichnenden Waren und/oder Dienstleistungen fehlt es bei einem rein unternehmensbezogenen Ge-

brauch der Marke. Die ausschliessliche Verwendung als Firma oder Geschäftsbezeichnung stellt kein produktidentifizierendes Unterscheidungsmerkmal, sondern einen abstrakten Hinweis auf ein Unternehmen dar (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.4.4).

7. Die Marke ist geschützt, soweit sie im Zusammenhang mit den Waren und/oder Dienstleistungen gebraucht wird, für die sie beansprucht wird (Art. 11 Abs. 1 MSchG). In einem ersten Schritt ist dabei zu prüfen, ob die Produkte, für welche die Marke gebraucht wird, sich unter die eingetragenen Waren oder Dienstleistungen subsumieren lassen. Dabei ist insbesondere zu berücksichtigen, dass die Verwendung von Oberbegriffen der Klassenüberschriften der Nizza-Klassifikation nur diejenigen Waren abdeckt, die diesen effektiv zugeordnet werden können (sog. Subsumptionsfrage; vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.4.5.1). Allfällige Einschränkungen der Waren- und Dienstleistungsliste sind zu beachten. Ist beispielsweise eine Marke nur für Waren einer bestimmten geografischen Herkunft zum Schutz zugelassen, ist der Gebrauch für Waren dieser Herkunft glaubhaft zu machen.
8. Eine Marke ist grundsätzlich so zu benutzen, wie sie im Register eingetragen ist, weil sie nur so den kennzeichnenden Eindruck, der ihren Funktionen entspricht, zu bewirken vermag. Art. 11 Abs. 2 MSchG lässt den Gebrauch der Marke in einer von der Eintragung nicht wesentlich abweichenden Form als rechtserhaltend gelten (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.4.6).
9. Grundsätzlich ist ein Gebrauch der Marke in der Schweiz erforderlich. Eine Ausnahme ergibt sich aus dem Übereinkommen zwischen der Schweiz und Deutschland betreffend den gegenseitigen Patent-, Muster- und Markenschutz. Gemäss Art. 5 Abs. 1 dieses Übereinkommens gilt der Gebrauch der Marke in einem Staat auch im andern als rechtserhaltend.
10. Hat der Widersprechende den Gebrauch seiner Marke glaubhaft gemacht, sind die relativen Ausschlussgründe gemäss Art. 3 MSchG zu beurteilen. Ist der Gebrauch nicht glaubhaft gemacht, wird der Widerspruch auf kein durchsetzbares Markenrecht gestützt und ist daher ohne Beurteilung der relativen Ausschlussgründe abzuweisen (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.7, mit weiteren Hinweisen).
11. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass das Institut bei der Beurteilung alleine auf die Beweismittel abstellt, welche von der Widersprechenden beigebracht werden, und keinerlei Beweiserhebungen durchführt (vgl. hierzu Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.6.2).
12. Die Markeninhaberin der Widerspruchsmarke ist die Aare Seeland Mobil AG aus Langenthal. Die Widersprechende argumentiert, die Firma Erlebnis Schweiz AG sei im Jahre 2013 im Handelsregister eingetragen worden. Die Erlebnis Schweiz AG biete seit über 20 Jahren Mitarbeiterausflüge, Gruppenreisen, Firmenevents, Kundenanlässe und Vereinsreisen an. Die Widerspruchsmarke sei dabei das wichtigste Kennzeichen des Unternehmens, werde von ihren Kunden als Qualitätsmerkmal wahrgenommen und geniesse einen entsprechenden Wiedererkennungswert.
13. Zur Glaubhaftmachung des Gebrauchs der Widerspruchsmarke legte die Widersprechende folgende Belege ins Recht:

- Beilage 2: Katalogtitelseiten «Erlebnis Planer» der Jahre 2013, 2014, 2016, 2017
- Beilage 3: Aktueller Auszug Homepage der Widersprechenden, d.h. Titelseite Erlebnisplaner 2017

14. Zu den eingereichten Belegen wird wie folgt Stellung genommen:

Beilage 2: Die Katalogseiten fallen zwar in die aktuelle Zeitspanne, die Markeninhaberin ist jedoch nicht daraus ersichtlich. Es fehlen Angaben zum Zeitpunkt und zum Ort des Gebrauchs (wo wurden diese Prospekte aufgelegt?); es ist auch nicht klar, ob der Prospekt überhaupt veröffentlicht wurde.

Als Beispiel wird eine Seite mit der Überschrift «Erlebnisplaner 2017» eingereicht: Der Spezialist für Mitarbeiterausflüge, Firmenevents, Kundenanlässe und Gruppenreisen in der Schweiz. Darunter steht die Marke. Es ist kein Datum des Ausdrucks ersichtlich. Es fehlen Angaben zur Hinterlegerin.

Beilage 3: Der Internetausdruck datiert vom 27.10.2017 und fällt somit nicht mehr in die vorliegend relevante Zeitspanne vom 14. September 2012 bis 14. September 2017. Dabei handelt es sich um eine Seite (obwohl oben rechts der Vermerk Seite 1 von 16 steht). Links ist die Marke angebracht. Ein Hinweis auf die Markeninhaberin fehlt gänzlich. Unter einem Bild mit zwei Personen auf einem Schlitten steht «Genusstour durch Kaffee- und Whiskywelten». Es ist kein Bezug zu den beanspruchten Waren und Dienstleistungen auszumachen.

15. Die Widerspruchsgegnerin bringt in diesem Zusammenhang zudem vor, dass auf den Seiten der Homepage der Widersprechenden das in der Widerspruchsmarke enthaltene Kreuz entgegen dem Farbanspruch („das in der Marke enthaltene Kreuz wird weder in weiss auf rotem Grund noch in rot aufweissem Grund noch in einer anderen zu Verwechslungen mit dem Schweizerkreuz oder dem Zeichen des Roten Kreuzes führenden Farbe wiedergegeben“) ausschliesslich in weiss auf rotem Grund verwendet werde. Somit sei der Gebrauch nicht gemäss dem Register, sondern es werde in der vom Register explizit ausgeschlossenen Farbkombination benutzt. Da die dem Institut eingereichten Belege lediglich in schwarz/weiss und nicht farbig zugestellt worden sind, und das Institut selber keine Beweiserhebungen durchführt, kann dieser Punkt vorliegend offengelassen werden.
16. In Gesamtwürdigung der eingereichten Belege ist es für das Institut nicht glaubhaft gemacht, dass die Widerspruchsmarke im hier massgeblichen Zeitraum in der Schweiz für die Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 12, 16, 28, 35, 36, 39, 41, 42, 43, 44 rechtserhaltend gebraucht wurde. Insbesondere ist die Markeninhaberin, die Aare Seeland Mobil AG aus Langenthal, nirgends aus den Belegen ersichtlich. Es fehlt jeglicher Bezug zu den beanspruchten Waren und Dienstleistungen. Zudem geht aus der Tatsache, dass Prospekte erstellt wurden, noch nicht hervor, wo und wann diese effektiv benutzt worden sind. Die eingereichten Belege vermögen keinen Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 12, 16, 28, 35, 36, 42 und 44 herzustellen, andererseits auch keinen konkreten Gebrauch für die beanspruchten Dienstleistungen der Klassen 39, 41 und 43 aufzuzeigen.
17. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die in casu eingereichten Unterlagen nicht ausreichen, um den rechtserhaltenden Gebrauch der Marke „Erlebnis Schweiz“ (fig.) für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen durch die Widersprechende resp. durch einen Dritten mit Zustimmung der Markeninhaberin in der relevanten Zeitspanne glaubhaft zu machen. Das Institut ist nicht überzeugt, dass die Marke in der Schweiz durch die Widersprechende resp. mit ihrer Zustimmung wahrscheinlich gebraucht wurde. Der Widerspruch stützt sich somit nicht auf ein durchsetzbares Markenrecht und ist abzuweisen.

IV. Kostenverteilung

1. Die Widerspruchsgebühr verbleibt dem Institut (Art. 31 MSchG i. V. m. Art. 1 ff GebV-IGE und Anhang zu Art. 3 Abs. 1 GebV-IGE).
2. Mit dem Entscheid über den Widerspruch hat das Institut zu bestimmen, ob und in welchem Masse die Kosten der obsiegenden Partei von der unterliegenden zu ersetzen sind (Art. 34 MSchG). Die Verfahrenskosten werden im Widerspruchsverfahren in der Regel der unterliegenden Partei auferlegt. Auch wird der obsiegenden Partei in der Regel eine Parteientschädigung zugesprochen (vgl. Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.3). Da das Widerspruchsverfahren einfach, rasch und kostengünstig sein soll, wird pro Schriftenwechsel praxisgemäss eine Parteientschädigung von CHF 1'200.00 zugesprochen (Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.2).
3. Der Widerspruch wird abgewiesen. Die Widersprechende als unterliegende Partei ist somit kostenpflichtig. Es wurde ein doppelter Schriftenwechsel durchgeführt. Das Institut erachtet daher in Anwendung der obgenannten Kriterien eine Parteientschädigung von CHF 2'400.00 als angemessen.

Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1. Der Widerspruch Nr. 15605 wird abgewiesen.
2. Die Widerspruchsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem Institut.
3. Die Widersprechende hat der Widerspruchsgegnerin eine Parteientschädigung in der Höhe von CHF 2'400.00 zu bezahlen.
4. Diese Verfügung wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 30. Mai 2018

Markenabteilung

lic.iur. Nadine Geelhaar-Beuret, Fürsprecherin
Widerspruchssektion

Rechtsmittelbelehrung:

Gegen diesen Entscheid kann innert 30 Tagen nach seiner Eröffnung beim Bundesverwaltungsgericht, Postfach, 9023 St. Gallen, schriftlich Beschwerde geführt werden. Die Beschwerde ist mit Kopie des vorliegenden Entscheids einzureichen.