

Verfügung im Widerspruchsverfahren Nr. 104511 in Sachen

Henkel AG & Co. KGaA
Henkelstrasse 67
40589 Düsseldorf
DE-Deutschland

Widersprechende Partei

vertreten durch

Dr. Lusuardi AG
Kreuzbühlstrasse 8
8008 Zürich

IR-Marke Nr. 963372 - SYOSS

gegen

National Standards Laboratory SA
Chemin des Orlons 10
1860 Aigle

Widerspruchsgegnerische Partei

vertreten durch

BIP Solutions Sp. z o.o.
ul. Zjednoczenia 95
43-250 Pawlowice

CH-Marke Nr. 825087 - IOSS

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: IGE)

in Erwägung gezogen:

I. Sachverhalt und Verfahrensablauf

1. Die Eintragung der CH-Marke Nr. 825087 «IOSS» (nachfolgend angefochtene Marke) wurde am 13.01.2025 in Swissreg (www.swissreg.ch) veröffentlicht. Sie ist, soweit hier interessierend, für folgende Waren eingetragen:

Klasse 3

Nagellack; kosmetische Hautpflegemittel; Lippenstifte; Parfüms; Kosmetika; kosmetische Präparate für die Körperpflege; Schönheitsmasken; ätherische Öle; Haarspülungen; Seifenwaren; Zahnweiss-Streifen; Shampoos; Zahnpasta; Haarfärbemittel; Sunblocker; Handseifen; Mundspülungen, nicht für medizinische Zwecke; Atemfrischesprays; Luftbeduftungsmittel; Zahnputzmittel.

2. Am 10.04.2025 erhob die widersprechende Partei gegen die Eintragung dieser Marke Widerspruch und beantragte deren teilweisen Widerruf im obgenannten Umfang.
3. Die widersprechende Partei stützt sich auf ihre internationale Registrierung Nr. 963372 «SYOSS» (nachfolgend Widerspruchsmarke), die für folgende Waren geschützt ist:

Klasse 3

Préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver; préparations pour nettoyer, polir, dégraisser et abraser; savons; parfumerie, huiles essentielles, cosmétiques, lotions pour les cheveux; dentifrices.

4. Mit Verfügung vom 14.04.2025 wurde die widerspruchsgegnerische Partei zur Einreichung einer Stellungnahme zum Widerspruch aufgefordert.
5. Da sich die widerspruchsgegnerische Partei innert gesetzter Frist nicht vernehmen liess, schloss das IGE mit Verfügung vom 26.05.2025 die Verfahrensinstruktion ab.
6. Auf die einzelnen Ausführungen der widersprechenden Partei wird, soweit sie für den Entscheid rechtserheblich erscheinen, in den nachstehenden Erwägungen eingegangen.

II. Sachentscheidvoraussetzungen

1. 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 IGE schriftlich mit Begründung einzureichen. Innerhalb dieser Frist ist auch die Widerspruchsgebühr zu bezahlen (Art. 31 Abs. 2 MSchG).
2. Die Widerspruchsmarke wurde am 10.10.2024 hinterlegt, die angefochtene Marke am 10.04.2008 unter Beanspruchung einer deutschen Priorität vom 12.10.2007 im internationalen Register eingetragen. Die widersprechende Partei 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.
3. Wird eine vom IGE angesetzte Frist nicht eingehalten, bestimmt sich die Rechtsfolge nach Massgabe der Verfügung (Art. 23 VwVG). Da die widerspruchsgegnerische Partei innert der in der Verfügung vom 14.04.2025 angesetzten Frist keine Stellungnahme einreichte, wird das Verfahren von Amtes wegen fortgesetzt.

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. Vergleich der Waren

1. Waren und/oder Dienstleistungen sind dann gleichartig, wenn die in Betracht zu ziehenden Verbraucherkreise und insbesondere die Letztabnehmer auf den Gedanken kommen können, die unter der Verwendung ähnlicher Marken angepriesenen Waren und/oder Dienstleistungen würden angesichts ihrer üblichen Herstellungs- oder Vertriebsstätten aus ein und demselben Unternehmen stammen oder doch wenigstens unter der Kontrolle des gemeinsamen Markeninhabers von verbundenen Unternehmen hergestellt. Eine übereinstimmende Klasseneinteilung der beanspruchten Waren und/oder Dienstleistungen nach dem Nizza-Abkommen vermag für sich allein noch keine Gleichartigkeit zu begründen, weil diese Klasseneinteilung eine rein administrative Hilfsfunktion erfüllt. In der Markenpraxis haben sich gewisse Indizien herausgebildet, die erfahrungsgemäss als Argument für oder gegen die Gleichartigkeit gelten können (vgl. Richtlinien in Markensachen [nachfolgend: Richtlinien], Teil 6, Ziff. 6.1 ff., unter www.ige.ch mit weiteren Hinweisen).

2. Die angefochtene Marke ist u.a. für folgende Waren eingetragen:

Klasse 3

Nagellack; kosmetische Hautpflegemittel; Lippenstifte; Parfüms; Kosmetika; kosmetische Präparate für die Körperpflege; Schönheitsmasken; ätherische Öle; Haarspülungen; Seifenwaren; Zahnweiss-Streifen; Shampoos; Zahnpasta; Haarfärbemittel; Sunblocker; Handseifen; Mundspülungen, nicht für medizinische Zwecke; Atemfrischesprays; Luftbeduftungsmittel; Zahnputzmittel.

3. Die Widerspruchsmarke ist für folgende Waren geschützt:

Klasse 3

Préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver; préparations pour nettoyer, polir, dégraisser et abraser; savons; parfumerie, huiles essentielles, cosmétiques, lotions pour les cheveux; dentifrices.

4. Der Warenvergleich ergibt Folgendes:

Die angefochtenen Waren «*Nagellack; kosmetische Hautpflegemittel; Lippenstifte; kosmetische Präparate für die Körperpflege; Schönheitsmasken; Haarspülungen; Zahnweiss-Streifen; Shampoos; Haarfärbemittel; Sunblocker; Mundspülungen, nicht für medizinische Zwecke; Atemfrischesprays*» (Klasse 3) werden alle zu kosmetischen Zwecken eingesetzt und sind daher unter den Oberbegriff «*cosmétiques*» (Klasse 3) der Widerspruchsmarke zu subsumieren. Es kann mithin von offensichtlicher Gleichheit ausgegangen werden.

Unter Parfüms fallen im weiteren Sinne auch Raumdüfte (vgl. <https://de.wikipedia.org/wiki/Parf%C3%BCm>, eingesehen am 25.08.2025). Folglich besteht zwischen den angefochtenen Waren «*Parfüms; Luftbeduftungsmittel*» (Klasse 3) und den Waren «*parfumerie*» (Klasse 3) der Widerspruchsmarke nicht weiter zu erläuternde Gleichheit.

Die angefochtenen Waren «*Kosmetika, ätherische Öle*» (Klasse 3) sind wiederum als gleich zu den Waren «*cosmétiques, huiles essentielles*» (Klasse 3) der Widerspruchsmarke einzustufen.

Zwischen den angefochtenen Waren «*Seifenwaren; Handseifen*» (Klasse 3) und den Waren «*savons*» (Klasse 3) der Widerspruchsmarke kann auch von offensichtlicher Gleichheit ausgegangen werden.

Die angefochtenen Waren «*Zahnpasta; Zahnputzmittel*» (Klasse 3) können ohne Weiteres als gleich zu den Waren «*dentifrices*» (Klasse 3) der Widerspruchsmarke beurteilt werden.

5. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Gleichheit der Vergleichswaren der Klasse 3 zu bejahen ist. Nachfolgend ist somit die Zeichenähnlichkeit zu prüfen.

C. Vergleich der Zeichen

1. Nach bundesgerichtlicher Praxis ist die Frage, ob sich zwei Marken genügend unterscheiden, aufgrund des Gesamteindrucks zu beurteilen, den sie beim an den fraglichen Waren resp. Dienstleistungen interessierten Publikum hinterlassen. Dieses wird die Zeichen meist nicht gleichzeitig wahrnehmen. Vielmehr ist davon auszugehen, dass dem direkt wahrgenommenen einen Zeichen bloss das mehr oder weniger verschwommene Erinnerungsbild des früher wahrgenommenen anderen Zeichens gegenübersteht. Beim Vergleich der Marken ist deshalb auf diejenigen Merkmale abzustellen, welche geeignet sind, auch in einem durchschnittlich unvollkommenen Gedächtnis haften zu bleiben (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3).
2. In casu stehen sich die reinen Wortmarken «SYOSS» (Widerspruchsmarke) und «IOSS» (angefochtene Marke) gegenüber. Der Gesamteindruck von Wortzeichen wird durch den Klang, das Schriftbild und den Sinngehalt bestimmt, wobei gemäss Rechtsprechung eine Ähnlichkeit auf einer dieser Ebenen in der Regel genügt, um eine Verwechselbarkeit der Vergleichszeichen anzunehmen (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.1; Bundesgericht [nachfolgend: BGer] in sic! 2008, 295 – *sergio rossi [fig.] et al., Miss Rossi / Rossi [fig.]*).
3. Visuell stimmen die Vergleichszeichen im Wortende «-OSS» überein. Bezüglich der Buchstabenart sind mithin Übereinstimmungen in drei von vier resp. fünf Buchstaben auszumachen. Ein Unterschied besteht am Wortanfang der Vergleichszeichen (SY- [Widerspruchsmarke] / I- [angefochtene Marke]). Festzustellen ist, dass das in der Widerspruchsmarke vorhandene «-Y-» als «ü» oder als «i» ausgesprochen werden kann. Dies führt zu einer identischen Vokalfolge (-Y(I)-O) und einer ähnlichen Konsonantenfolge (S-SS [Widerspruchsmarke] / -SS [angefochtenes Zeichen]). Phonetisch weisen die Vergleichszeichen trotz Unterschieden am Wortanfang die gleiche Silbenzahl (2) als auch Kadenz auf (SY(I)-OSS [Widerspruchsmarke] / I-OSS [angefochtene Marke]).
4. Gemäss Rechtsprechung wird der Gesamteindruck grundsätzlich durch den Anfang und das Ende eines Zeichens besonders geprägt, dazwischengeschobenen Silben kommt weniger Beachtung zu (vgl. BGE 122 III 382 – *Kamillosan / Kamillan*; Bundesverwaltungsgericht [BVGer] B-1637/2015, E. 4.1 mit Hinweisen – *FEMIBION (fig.) / FEMINABIANE*). Aufgrund der festgestellten Übereinstimmungen am wesentlich prägenden Wortende (-OSS) sowie des Umstands, dass zumindest auch phonetische Überschneidungen im zweiten resp. ersten Buchstaben (-Y- / I-) der Vergleichszeichen bestehen können (SY(I)- [Widerspruchszeichen] / I- [angefochtenes Zeichen]) und sich die Vergleichszeichen zudem reimen, kann eine Zeichenähnlichkeit auf schriftbildlicher und klanglicher Ebene ohne Weiteres bejaht werden.
5. Da der durchschnittliche Markenadressat unwillkürlich auch gedanklich verarbeitet, was er hört und liest, kann für den Gesamteindruck einer Marke auch deren Sinngehalt entscheidend sein. In Betracht fallen neben der eigentlichen Wortbedeutung auch Gedankenverbindungen, die das Zeichen unweigerlich hervorruft. Markante Sinngehalte, die sich beim Hören und beim Lesen dem Bewusstsein sogleich aufdrängen, dominieren regelmässig auch das Erinnerungsbild. Weist ein Wortzeichen einen derartigen Sinngehalt auf, der sich im anderen Zeichen nicht wiederfindet, so ist die Wahrscheinlichkeit geringer, dass sich das Publikum durch einen ähnlichen Klang oder ein ähnliches Schriftbild täuschen lässt (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.1 m.w.H.).
6. Die Widerspruchsmarke besteht aus dem Begriff «SYOSS», dem als Ganzes kein klarer Sinngehalt zugeordnet werden kann. Aufgrund des unbestimmten Charakters wird das Widerspruchszeichen in erster Linie mit einer Fantasiebezeichnung assoziiert. Die angefochtene Marke besteht aus der Abkürzung «IOSS», der die Bedeutung von «Import One-Stop Shop» zukommt (vgl. https://de.wikipedia.org/wiki/Import_One-Stop_Shop, eingesehen am 25.08.2025) und in der Europäischen Union ein elektronisches Portal als Anlaufstelle für die Einfuhr von Waren aus Drittländern in die Europäische Union bezeichnet. Da diese Abkürzung den angesprochenen

Abnehmerkreisen nicht bekannt sein wird, ist davon auszugehen, dass die angefochtene Marke auch als Fantasiebezeichnung wahrgenommen wird.

7. Folglich können keine Unterschiede im Sinngesamt ausgemacht werden, welche die festgestellten Ähnlichkeiten auf schriftbildlicher und klanglicher Ebene zu kompensieren vermögen. Somit ist die Zeichenähnlichkeit zu bejahen und nachfolgend die Verwechslungsgefahr zu prüfen.

D. Verwechslungsgefahr

1. Ob zwei Marken sich hinreichend deutlich unterscheiden oder im Gegenteil - im engeren oder im weiteren Sinne - verwechselbar sind, ist nicht aufgrund eines abstrakten Zeichenvergleichs, sondern stets vor dem Hintergrund der gesamten Umstände des Einzelfalls zu beurteilen. Der Massstab, der an die Unterscheidbarkeit anzulegen ist, hängt einerseits vom Umfang des Ähnlichkeitsbereichs ab, dessen Schutz der Inhaber der älteren Marke beanspruchen kann. Andererseits ist zu berücksichtigen, für welche Waren und Dienstleistungsgattungen die sich gegenüberstehenden Marken hinterlegt sind (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5)

Im Weiteren ist von Bedeutung, an welche Abnehmer sich die Waren richten und mit welcher Aufmerksamkeit sie ausgesucht und erworben werden. So geht die Rechtsprechung davon aus, dass bei «Massenartikeln des täglichen Bedarfs» mit einer geringeren Aufmerksamkeit und einem geringeren Unterscheidungsvermögen der Konsumenten zu rechnen ist als bei Spezialprodukten, deren Absatzmarkt auf einen mehr oder weniger geschlossenen Kreis von Berufsleuten beschränkt bleibt (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.6).

2. Gemäss ständiger Praxis handelt es sich bei Waren der Klasse 3 um Massenartikel des täglichen Bedarfs, bei denen von einer geringen Aufmerksamkeit des Publikums auszugehen ist (vgl. BVGer B-5868/2019, E. 3.1 – NIVEA (fig.) / NEAUVIA).
3. Der Schutzzumfang einer Marke bestimmt sich nach ihrer Kennzeichnungskraft. Für schwache Marken ist der geschützte Ähnlichkeitsbereich kleiner als für starke. Bei schwachen Marken genügen daher schon bescheidenere Abweichungen, um eine hinreichende Unterscheidbarkeit zu schaffen. Als schwach gelten insbesondere Marken, deren wesentliche Bestandteile sich eng an Sachbegriffe des allgemeinen Sprachgebrauchs anlehnen (Richtlinien, Teil 6, Ziffer 6.7).
4. Der Widerspruchsmarke «SYOSS» kann im Zusammenhang mit den zur Diskussion stehenden Waren der Klasse 3 aufgrund des unbestimmten Charakters kein direkt beschreibender Sinngesamt entnommen werden. Der Widerspruchsmarke kommt daher durchschnittliche Kennzeichnungskraft und ein normaler Schutzzumfang zu.
5. Grundsätzlich werden Kurzwörter akustisch und optisch leichter erfasst und prägen sich leichter ein als längere Wörter. Damit verringert sich die Gefahr, dass dem Publikum Unterschiede entgehen und die Gefahr einer Verwechslungsgefahr (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.1).
 Festgestellt werden kann, dass die Vergleichszeichen ausser im zusätzlich vorhandenen Anfangsbuchstaben «S-» der Widerspruchsmarke vollständig übereinstimmen und der zweite Buchstabe «Y-» der Widerspruchsmarke in der angefochtenen Marke einzig mit einem phonetisch identischen «I-» ersetzt wurde. Der Umstand, dass die Vergleichszeichen somit identische Endsilben («-OSS») und zudem Überschneidungen in der Anfangssilbe aufweisen (SY(I)- [Widerspruchsmarke] / I- [angefochtene Marke]), führt – zumal der Konsument dem Wortanfang und dem Wortende mehr Beachtung schenkt – zur Gefahr, dass das Publikum die minimale Abweichung in der Anfangssilbe der angefochtenen Marke bei flüchtiger Wahrnehmung und gleichbleibender Endsilbe insbesondere überhört aber auch überliest. Auch ist unwahrscheinlich, dass der Abnehmer die Unterschiede aufgrund der im Übrigen ausgeprägten akustischen als auch visuellen Ähnlichkeiten auf Anhieb erkennen wird, da der Konsument die beiden Marken in der Regel nicht gleichzeitig wahrnimmt. Schliesslich ist in diesem Zusammenhang auch zu beachten, dass die Marken als Ganzes zu betrachten sind, und die einzelnen Teile nicht in mosaikartiger Betrachtungsweise nach Verschiedenheiten abgesucht werden dürfen (vgl. Lucas DAVID, Kommentar zum Schweizerischen Privatrecht, Markenschutzgesetz, 2. Auflage, Basel 1999, N. 11 zu Art. 3).

6. Die Vergleichszeichen werden für gleiche Waren beansprucht, weshalb bei der Beurteilung der Zeichenverschiedenheit aufgrund des Wechselspiels zwischen Markenähnlichkeit und Warengleichartigkeit ein besonders strenger Massstab anzulegen ist und sich die angefochtene Marke umso stärker vom Widerspruchszeichen abheben muss (vgl. auch Richtlinien, Teil 5, Ziff. 7.5). Dies ist vorliegend nicht der Fall:
 Der vorhandene minimale Unterschied am Wortanfang (SY(I)- [Widerspruchszeichen] / I- [angefochtene Marke]) ist im Hinblick auf die übereinstimmende Endsilbe (-OSS) nicht derart, dass er das Gesamtbild wesentlich zu prägen vermöchte. Auch ist die Abweichung im a priori zusätzlich vorhandenen Anfangsbuchstaben «S-» der Widerspruchsmarke nicht geeignet, der angefochtenen Marke eine eigene Individualität zu verleihen, mithin von den übereinstimmenden Elementen abzulenken. Dies umso mehr, als Kosmetika mit einer geringen Aufmerksamkeit gekauft werden und daher mit einem geringeren Unterscheidungsvermögen der Konsumenten zu rechnen ist. In Anbetracht dieser Umstände verändert der vorhandene geringfügige Unterschied am Wortanfang den Gesamteindruck des angefochtenen Zeichens zu wenig.
 Wortzeichen, die sich (wie in casu) reimen, gelten zudem infolge des ähnlichen Wortklanges grundsätzlich als verwechselbar (vgl. BVGer B-6665/2010 vom 21. Juli 2011, E. 9.2 – *HOME BOX OFFICE / Box Office*).
7. Im Hinblick, dass die zur Diskussion stehenden Waren der Klasse 3 mit reduzierter Aufmerksamkeit erworben werden, ist unter Berücksichtigung des normalen Schutzzumfanges der Widerspruchsmarke, der grossen Zeichenähnlichkeit und der Warengleichheit die Gefahr, dass die beiden Marken im Erinnerungsbild der Abnehmer verwechselt werden, zu bejahen. Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104511 wird daher gutgeheissen und die angefochtene Schweizer Marke Nr. 825087 «IOSS» für alle beanspruchten Waren der Klasse 3 widerrufen.
8. Im Hinblick auf den Ausgang des Verfahrens kann die Frage der seitens der widersprechenden Partei behaupteten Bekanntheit der Widerspruchsmarke und eines dementsprechend erhöhten Schutzzumfanges offen gelassen werden.

IV. Kostenverteilung

1. Die Widerspruchsgebühr verbleibt dem IGE (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 IGE 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. Hat die widerspruchsgegnerische Partei keine Stellungnahme eingereicht und sich auch sonst nicht aktiv am Verfahren beteiligt, wird ihr auch im Falle des Obsiegens keine Parteientschädigung zugesprochen (vgl. Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.3).
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).
4. Die widersprechende Partei ist mit ihrem Begehren vollständig durchgedrungen. Vorliegend sind keine Gründe für eine Abweichung von der vorerwähnten Praxis ersichtlich. Das IGE erachtet daher in Anwendung der obgenannten Kriterien eine Parteientschädigung von CHF 1'200.00 als angemessen. Zudem hat die widerspruchsgegnerische Partei der widersprechenden Partei die Widerspruchgebühr von CHF 800.00 zu ersetzen. Die widerspruchsgegnerische Partei hat der widersprechenden Partei daher insgesamt CHF 2000.00 zu erstatten.

Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1.

Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104511 wird gutgeheissen.

2.

Die Eintragung der angefochtenen Schweizer Marke Nr. 825087 «IOSS» wird für alle beanspruchten Waren der Klasse 3 widerrufen.

3.

Die Widerspruchsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem IGE.

4.

Die widerspruchsgegnerische Partei hat der widersprechenden Partei eine Parteientschädigung von CHF 2'000.00 (einschliesslich Ersatz der Widerspruchsgebühr) zu bezahlen.

5.

Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 28. August 2025

Freundliche Grüsse



Tanja Belser Spuck

Rechtsmittelbelehrung:

Gegen diesen Entscheid kann innert 30 Tagen nach seiner Eröffnung beim Bundesverwaltungsgericht, Postfach, 9023 St. Gallen, Beschwerde geführt werden. Die Beschwerdefrist ist eingehalten, wenn die Beschwerde spätestens am letzten Tag der Frist beim Bundesverwaltungsgericht eingereicht oder zu dessen Händen der schweizerischen Post oder einer schweizerischen diplomatischen oder konsularischen Vertretung übergeben wird (Art. 21 Abs. 1 des Verwaltungsverfahrensgesetzes [VwVG]). Die Rechtsschrift ist in einer schweizerischen Amtssprache abzufassen und hat die Begehren, deren Begründung mit Angabe der Beweismittel und die Unterschrift zu enthalten. Der angefochtene Entscheid und die Beweismittel sind, soweit sie die beschwerdeführende Partei in Händen hat, beizulegen (Art. 52 Abs. 1 VwVG).