

# Mandanteninformation

April 2026

## Der „Widerrufsbutton“ wird ab dem 19. Juni 2026 Pflicht für den Online-Vertrieb

Ab dem 19. Juni 2026 sind Unternehmen, die Verbrauchern den Abschluss von Fernabsatzverträgen über eine Online-Benutzeroberfläche ermöglichen, verpflichtet, eine elektronische Widerrufsfunktion bereitzustellen. Damit setzt der deutsche Gesetzgeber die Vorgaben einer EU- Richtlinie um, die unionsweit die Anforderungen an die elektronische Ausübung des Widerrufsrechts harmonisiert. Der Beitrag gibt einen Überblick über die zentralen Inhalte der Neuregelung und skizziert den daraus resultierenden technischen, organisatorischen und rechtlichen Anpassungsbedarf für Online-Händler.

### I. Hintergrund

Mit der Richtlinie (EU) 2023/2673 wird die Verbraucherrechte-Richtlinie 2011/83/EU ergänzt. Ziel dieser Ergänzung ist es, die Ausübung des Widerrufsrechts bei Online-Verträgen für Verbraucher in allen EU-Mitgliedstaaten deutlich zu vereinfachen. Die Ausübung des Widerrufsrechts bei digitalen Vertragschlüssen soll für Verbraucher ebenso einfach und unmittelbar zugänglich sein wie der Bestellvorgang selbst.

Die unionsrechtlichen Vorgaben werden ab dem 19. Juni 2026 durch den neuen § 356a BGB in

nationales Recht umgesetzt.<sup>1</sup> Die Vorschrift verpflichtet Unternehmer dazu, bei über eine Online-Benutzeroberfläche abgeschlossenen Fernabsatzverträgen eine elektronische Widerrufsfunktion bereitzustellen. Verbraucher müssen ihre Widerrufserklärung darüber unmittelbar und ohne zusätzliche Hürden abgeben können.

### II. Anwendungsbereich der neuen Regelung

Die neue Verpflichtung trifft alle Unternehmer, die Verbrauchern Produkte im Fernabsatz (also wenn sich Verbraucher und Unternehmer nicht persönlich begegnen) anbieten, wenn die Fernabsatzverträge

<sup>1</sup> Im Folgenden bezieht sich § 356a BGB stets auf die ab dem 19. Juni 2026 geltende Neufassung.

über eine Online-Benutzeroberfläche zustande kommen. Der Begriff der „Online-Benutzeroberfläche“ ist weit gefasst. Er umfasst jede softwarebasierte Umgebung, die einen digitalen Vertragsschluss ermöglicht – etwa Internetseiten, Apps oder andere interaktive Tools.

Die Verpflichtung trifft Unternehmer ungeachtet der Größe und der Organisationsform. Es gibt insbesondere keine Ausnahmen für Klein- oder Kleinunternehmer.

Ebenso ist es irrelevant, ob die relevante Online-Benutzeroberfläche von dem Unternehmer selbst betrieben wird (z.B. eigene Website oder App) oder ob es sich um eine von einem Dritten bereitgestellte Plattform (z.B. ein Online-Marktplatz wie eBay oder Amazon) handelt. Maßgeblich ist allein, dass der Unternehmer Vertragspartner des Verbrauchers wird. Er bleibt daher dafür verantwortlich, dass die Widerrufsfunktion auch zur Verfügung steht, wenn ein Online-Marktplatz o.dgl. verwendet wird. Erforderlichenfalls muss der Plattformbetreiber vertraglich zur Umsetzung, d.h. der Bereitstellung einer entsprechenden Funktion, verpflichtet werden.

### III. Gesetzliche Vorgaben zur Umsetzung

Die elektronische Widerrufsfunktion sowie der durch sie vorgesehene Widerrufsprozess sind entsprechend der Vorgaben des neuen § 356a BGB auszugestalten.

#### 1. Bereitstellung der Widerrufsfunktion

Der Unternehmer hat sicherzustellen, dass der Verbraucher auf der Online-Benutzeroberfläche die Widerrufsfunktion nutzen und darüber eine Widerrufserklärung abgeben kann. Der Gesetzgeber macht jedoch keine konkreten technischen Vorgaben, wie die Widerrufsfunktion auszugestaltet ist. Denkbar

sind beispielsweise eine Schaltfläche oder ein besonders hervorgehobener Link. In der Praxis hat sich die Bezeichnung „Widerrufsbutton“ eingebürgert. Wesentlich sind dabei die folgenden Vorgaben:

- **Beschriftung:** Die Widerrufsfunktion muss mit „Vertrag widerrufen“ oder einer anderen gleichbedeutenden eindeutigen Formulierung beschriftet sein.
- **Lesbarkeit:** Die Widerrufsfunktion muss klar und eindeutig lesbar sein. Die Beschriftung muss dafür optisch hinreichend hervorgehoben und für den durchschnittlichen Nutzer ohne Anstrengung erkennbar sein. Soweit einschlägig, sind in diesem Zusammenhang zudem die Anforderungen des Barrierefreiheitsstärkungsgesetzes zu beachten.<sup>2</sup> Die Widerrufsfunktion sollte daher auch für Menschen mit Beeinträchtigungen – gegebenenfalls unter Zuhilfenahme assistiver Technologien – wahrnehmbar sein.
- **Ständige Verfügbarkeit:** Die Widerrufsfunktion muss während der gesamten Widerrufsfrist (in der Regel 14 Tage ab dem für den Fristbeginn jeweils maßgeblichen Zeitpunkt<sup>3</sup>) bereitgestellt werden und verfügbar sein.

#### Praxishinweis:

Beim bloßen Aufruf der jeweiligen Online-Benutzeroberfläche ist nicht ohne Weiteres feststellbar, welcher konkrete Verbraucher diese nutzt. Da der Beginn der Widerrufsfrist vom Einzelfall abhängt, ist es daher regelmäßig nicht möglich, die Widerrufsfunktion allein für die Dauer einer individuell laufenden Widerrufsfrist bereitzuhalten. Vor diesem Hintergrund ist davon auszugehen, dass Unternehmer die Widerrufsfunktion in vielen

<sup>2</sup> Siehe dazu unsere Mandanteninformation vom 20. Mai 2025, abrufbar unter <https://www.sza.de/de/think-tank/barrierefreiheit-neue-gesetzliche-vorgaben-29-juni-2025>.

<sup>3</sup> Beim Warenfernabsatz beginnt die Widerrufsfrist grundsätzlich mit dem Erhalt der Ware durch den Verbraucher. Voraussetzung ist jedoch, dass der Verbraucher zuvor ordnungsgemäß über sein Widerrufsrecht belehrt wurde.

Fällen vorsorglich dauerhaft bereitstellen werden.

Der Gesetzesbegründung zufolge begegnet dies keinen wettbewerbsrechtlichen Bedenken, da der Verbraucher durch die bloße Anzeige der Widerrufsfunktion nicht automatisch davon ausgehe, dass ihm auch tatsächlich ein Widerrufsrecht zusteht. Mit derselben Begründung kann ferner dem von einzelnen Stimmen befürchteten Risiko begegnet werden, die pauschale Bereitstellung des Buttons könnte von Gerichten als freiwillige Einräumung eines über das gesetzliche Maß hinausgehenden Widerrufsrechts ausgelegt werden.

Vorbeugend könnte ein erläuternder Hinweis aufgenommen werden, dass die Zurverfügungstellung der Widerrufsfunktion entsprechend den gesetzlichen Vorgaben erfolgt, dies aber nicht zwangsläufig impliziert, dass ein Widerrufsrecht auch tatsächlich besteht.

- **Hervorgehobene Platzierung:** Die Widerrufsfunktion muss optisch so platziert werden, dass sie sich von sonstigen Navigations- oder Informationslinks klar abhebt. Eine Positionierung im Footer ist zulässig, erfordert jedoch eine deutliche Hervorhebung, etwa durch Farbkontrast, Abstand oder einen separaten Bereich.
- **Leichte Zugänglichkeit:** Die Widerrufsfunktion muss für den Verbraucher ohne vorgelagerte Schritte und ohne Umwege erreichbar sein. Sie ist deshalb grundsätzlich ohne vorherigen Login bereitzustellen. Eine Platzierung im Login-Bereich kommt nach der Gesetzesbegründung nur ausnahmsweise in Betracht, wenn der Vertrag ausschließlich über ein zuvor eingerichtetes Benutzer- oder Kundenkonto geschlossen werden kann. Darüber hinaus muss die Widerrufsfunktion auf jeder Unterseite der Internetpräsenz verfügbar sein, sodass sie jederzeit unmittelbar aufgerufen werden kann, ohne dass der Nutzer zuvor navigieren oder suchen muss.

## 2. Informationen des Verbrauchers

Die Widerrufsfunktion muss dem Verbraucher ermöglichen, eine Widerrufserklärung an den Unternehmer zu übermitteln und dem Unternehmer in oder mit der Widerrufserklärung ohne Weiteres folgende Informationen bereitzustellen oder zu bestätigen:

- Name des Verbrauchers,
- Angaben zur Identifizierung des Vertrags oder des Teils des Vertrags, den der Verbraucher widerrufen möchte,
- Angaben zum elektronischen Kommunikationsmittel, mit welchem dem Verbraucher eine Eingangsbestätigung für den Widerruf zu übermitteln ist.

### Praxishinweis:

In der praktischen Umsetzung erfolgt die Abfrage dieser Angaben regelmäßig über eine entsprechende Eingabemaske oder ein kurzes Online-Formular.

Die Abfrage zusätzlicher Informationen dürfte die Ausübung des Widerrufsrechts erschweren und daher unzulässig sein – jedenfalls soweit es sich dabei um zusätzliche Pflichtangaben handelt, die der Verbraucher zwingend machen müsste, um den Widerrufsprozess abschließen zu können.

### Praxishinweis:

Optionale Angaben – etwa die Abfrage des Widerrufsgrundes – dürften zulässig sein, sofern eindeutig ist, dass es sich um freiwillige Zusatzangaben handelt. Abschließend geklärt ist dies bislang jedoch nicht.

Problematisch ist, dass der Gesetzeswortlaut nicht weiter konkretisiert, welche Angaben im Einzelnen zur Identifizierung des Vertrags erforderlich und zulässig sind. Regelmäßig wird die Abfrage einer Bestell- oder Vertragsnummer eine eindeutige Zuordnung ermöglichen und dem Verbraucher daher

abverlangt werden können. Bei Teilwiderrufen – insbesondere, wenn mehrere Waren oder Dienstleistungen Gegenstand eines Vertrags sind – muss der Verbraucher angeben können, welche konkrete Position widerrufen wird. Dies kann etwa durch eine entsprechende Auswahlmöglichkeit in der Bestellübersicht erfolgen.

### 3. Bestätigung des Widerrufs

Nach § 356a Abs. 3 BGB ist eine gesonderte Bestätigungsfunktion vorzusehen, über die der Verbraucher seine Widerrufserklärung – nach Eingabe bzw. Bestätigung der erforderlichen Angaben – final absendet. Diese Bestätigungsfunktion muss gut lesbar mit „Widerruf bestätigen“ oder einer eindeutig gleichbedeutenden Formulierung beschriftet sein. Erst durch die Betätigung der Bestätigungsfunktion wird der Widerruf wirksam erklärt. Diese zweistufige Ausgestaltung soll sicherstellen, dass die Erklärung bewusst abgegeben und nicht versehentlich ausgelöst wird.

### 4. Eingangsbestätigung

Nach Abgabe der Widerrufserklärung ist der Unternehmer verpflichtet, dem Verbraucher unverzüglich eine Eingangsbestätigung auf einem dauerhaften Datenträger – in der Regel per E-Mail – zu übermitteln. Diese muss den Inhalt der Erklärung sowie Datum und Uhrzeit ihres Eingangs enthalten.

#### Praxishinweis:

Die Eingangsbestätigung sollte jedoch nicht den Eindruck erwecken, der Widerruf sei bereits materiell geprüft oder akzeptiert.

### IV. Rechtsfolgen bei Verstößen

Unterbleibt die Bereitstellung der Widerrufsfunktion oder wird sie fehlerhaft umgesetzt, führt dies regelmäßig dazu, dass auch die gesetzlichen Informationspflichten nicht ordnungsgemäß erfüllt sind. In diesem Fall beginnt die Widerrufsfrist nicht zu laufen. Das Widerrufsrecht erlischt dann erst zwölf

Monate und 14 Tage nach dem eigentlich maßgeblichen Zeitpunkt.

Verstöße gegen die Pflichten aus § 356a BGB stellen zudem eine Verletzung von Verbraucherinteressen dar und können als Ordnungswidrigkeit mit einer Geldbuße von bis zu 50.000 EUR bzw. 4 % des Jahresumsatzes geahndet werden.

Schließlich kann eine fehlende oder fehlerhafte Widerrufsfunktion als Irreführung durch Unterlassen i.S.d. § 5b Abs. 1 Nr. 5 UWG auch wettbewerbsrechtliche Unterlassungsansprüche nach sich ziehen.

### V. Praktische Umsetzung und Ausblick

Bis zum 19. Juni 2026 muss die Widerrufsfunktion entsprechend den gesetzlichen Anforderungen technisch implementiert und zuverlässig eingebunden werden. Soweit sie pauschal – d.h. unabhängig vom tatsächlichen Bestehen eines Widerrufsrechts oder vom Ablauf der Widerrufsfrist – sichtbar gehalten wird, ist zudem damit zu rechnen, dass Unternehmen vermehrt Widerrufserklärungen erhalten, auch in Fällen, in denen ein Widerrufsrecht nicht (mehr) besteht. Interne Prozesse sollten daher frühzeitig so ausgestaltet werden, dass eingehende Widerrufe zeitnah erfasst, rechtlich eingeordnet und unberechtigte Erklärungen effizient zurückgewiesen werden können.

Darüber hinaus besteht Anpassungsbedarf bei den Rechtstexten: Widerrufsbelehrungen sind künftig um einen Hinweis auf das Bestehen und die Platzierung der elektronischen Widerrufsfunktion zu ergänzen. Ebenso sind die Datenschutzhinweise zu aktualisieren, da offenzulegen ist, welche personenbezogenen Daten im Zusammenhang mit dem elektronischen Widerruf verarbeitet werden und zu welchen Zwecken dies erfolgt.

Insgesamt wird die Pflicht zur elektronischen Widerrufsfunktion Unternehmen damit nicht nur technisch, sondern auch organisatorisch fordern. Eine sorgfältige Vorbereitung ist empfehlenswert, um einen reibungslosen Ablauf sicherzustellen und zugleich rechtliche Risiken zu vermeiden.

Diese Mandanteninformation beinhaltet lediglich eine unverbindliche Übersicht über das in ihr adressierte Themengebiet. Sie ersetzt keine rechtliche Beratung. Als Ansprechpartner zu dieser Mandanteninformation und zu Ihrer Beratung stehen gerne zur Verfügung:



**Dr. Thomas Nägele**

Rechtsanwalt | Partner  
Compliance, Interne Untersuchungen | Datenschutz und Datensicherheit | Gewerblicher Rechtsschutz | IT-Recht | Prozessführung und Schiedsverfahren

T +49 621 4257 222  
E Thomas.Naegele@sza.de



**Alexander Stolz, LL.M. (Dresden / Exeter)**

Rechtsanwalt | Counsel  
Commercial | Datenschutz und Datensicherheit | Gewerblicher Rechtsschutz | IT-Recht

T +49 621 4257 222  
E Alexander.Stolz@sza.de



**Hannah Bräunche**

Rechtsanwältin | Associate  
Gewerblicher Rechtsschutz | Datenschutz und Datensicherheit | Commercial

T +49 621 4257 386  
E Hannah.Braeunche@sza.de



**Serpil Dilbaz, LL.B.**

Rechtsanwältin | Associate  
Datenschutz und Datensicherheit | Gewerblicher Rechtsschutz | IT-Recht

T +49 621 4257 222  
E Serpil.Dilbaz@sza.de