

Ein "Klick" zum Widerruf

UNTERNEHMEN MÜSSEN DEN NEUEN WIDERRUFSBUTTON UMSETZEN



Executive Summary

Das Gesetz zur Änderung des Verbrauchervertragsrechts verpflichtet alle Unternehmen, die Verträge über Online-Benutzeroberflächen – einschließlich Websites und Mobil-Apps – anbieten, künftig eine elektronische Widerrufsfunktion bereitzustellen. Die Funktion folgt einem zweistufigen Verfahren: Zunächst gibt der Verbraucher über den "Vertrag widerrufen"-Button seine Widerrufserklärung ab; anschließend bestätigt er diese über eine Bestätigungsfunktion ("Widerruf bestätigen"). Unternehmen müssen darüber hinaus unverzüglich eine Eingangsbestätigung übermitteln. Die Widerrufsfunktion ist nicht mit der bereits bestehenden Kündigungsschaltfläche nach § 312k BGB zu verwechseln – beide Instrumente unterscheiden sich in Anwendungsbereich, Rechtsfolgen und Ausgestaltung erheblich.

Mit dem Gesetz zur Änderung des Verbrauchervertragsrechts tritt zum 19. Juni 2026 die Pflicht zur Bereitstellung einer elektronischen Widerrufsfunktion ("Widerrufsbutton") in Kraft. Die Neuregelung in § 356a BGB n.F. betrifft alle Unternehmen, die Fernabsatzverträge über eine Online-Benutzeroberfläche anbieten.

Mit dem Gesetz zur Änderung des Verbrauchervertragsrechts tritt zum **19. Juni 2026** die Pflicht zur Bereitstellung einer elektronischen Widerrufsfunktion ("Widerrufsbutton") in Kraft. Die Neuregelung in § 356a BGB n.F. betrifft alle Unternehmen, die Fernabsatzverträge über eine Online-Benutzeroberfläche anbieten.



Europarechtlicher Hintergrund

Die Einführung der Widerrufsfunktion beruht auf der Richtlinie (EU) 2023/2673, deren Art. 3 die Verbraucherrichtlinie 2011/83/EU um einen neuen Art. 11a ergänzt. Ziel des europäischen Gesetzgebers ist es, dass das Verfahren zur Ausübung des Widerrufsrechts nicht aufwendiger sein darf als das Verfahren zum Vertragsschluss. Der deutsche Gesetzgeber hat die Richtlinie durch die Einführung des § 356a BGB umgesetzt, bleibt dabei sprachlich nah an der Richtlinie, geht jedoch in der Gesetzesbegründung teilweise über die europarechtlichen Vorgaben hinaus.

Anwendungsbereich: Wer ist betroffen?

Die Pflicht zur Bereitstellung der Widerrufsfunktion trifft Unternehmen bei Fernabsatzverträgen, die über eine Online-Benutzeroberfläche geschlossen werden. Unter dem Begriff der Online-Benutzeroberfläche ist nach der Gesetzesbegründung "Software zu verstehen, darunter auch Websites oder Teile davon sowie Anwendungen, einschließlich Mobil-Apps". Die Widerrufsfunktion ist dabei vertragstypenunabhängig und gilt für sämtliche Vertragsarten – etwa Kauf- oder Werklieferverträge –, bei denen ein Widerrufsrecht besteht. Verträge, die über andere Vertriebswege zustande kommen, sind nicht erfasst; deren Einbeziehung in die Funktion dürfte der unternehmerischen Entscheidung überlassen sein.

Achtung: Auch auf Vermittlungsplattformen muss die Widerrufsfunktion bereitgestellt werden. Nach der Gesetzesbegründung macht es keinen Unterschied, ob der Vertragsschluss über eine vom Unternehmen selbst betriebene Website oder über eine von einem Dritten betriebene Plattform erfolgt.

Die elektronische Widerrufsfunktion im Detail

1. Beschriftung und Gestaltung

Die Widerrufsfunktion muss gut lesbar mit "Vertrag widerrufen" oder einer gleichbedeutenden eindeutigen Formulierung gekennzeichnet sein. Die Bestätigungsfunktion ist mit "Widerruf bestätigen" zu beschriften. Es empfiehlt

sich dringend, die gesetzlichen Formulierungen wörtlich zu übernehmen, da abweichende Formulierungen – wie die Rechtsprechung zum Bestellbutton zeigt – zu unnötigen Abmahnungen und Rechtstreitigkeiten führen können. Nach Aktivierung der Bestätigungsfunktion muss der Unternehmer dem Verbraucher unverzüglich eine Eingangsbestätigung auf einem dauerhaften Datenträger übermitteln, die zumindest den Inhalt der Widerrufserklärung sowie Datum und Uhrzeit des Eingangs enthält. In der Praxis wird dies in der Regel per automatisierter E-Mail (Auto-Reply) innerhalb weniger Sekunden bis Minuten erfolgen.

2. Hervorgehobene Platzierung und leichte Zugänglichkeit

Die Widerrufsfunktion muss hervorgehoben platziert und für den Verbraucher leicht zugänglich sein. Nach der Gesetzesbegründung sollte sie von jeder Unterseite der Online-Benutzeroberfläche unmittelbar zugänglich sein. Es reicht nicht aus, wenn die Widerrufsfunktion erst nach Klicken eines vorgeschalteten Links oder nur über eine Schaltfläche "Weitere Links einblenden" erreichbar ist.

Die hervorgehobene Platzierung kann durch optische Mittel wie abweichende Farbgestaltung, Fettdruck, Unterstreichung oder eine andere Schriftgröße erreicht werden. Die Ausgestaltung als farblich abgehobener Button ist als optimale Hervorhebung anzusehen, wird vom Gesetz aber nicht zwingend vorgeschrieben – auch ein optisch hervorgehobener Textlink (Hyperlink) kann ausreichend sein.

3. Zugänglichkeit ohne Login

Grundsätzlich muss die Widerrufsfunktion ohne vorherigen Login erreichbar sein. Nur wenn der Vertrag ausschließlich mit der Einrichtung eines Kundenkontos geschlossen werden kann, ist die Bereitstellung im Login-Bereich zulässig. Angesichts der häufig zu ermöglichenden Gastbestellungen empfiehlt es sich jedoch, die Widerrufsfunktion auf der offenen Internetseite bereitzustellen.



4. Ständige Verfügbarkeit

Die Widerrufsfunktion muss während des Laufs der Widerrufsfrist ständig verfügbar sein. Nach der Gesetzesbegründung ist eine pauschale, dauerhafte Bereitstellung zulässig und zu empfehlen, da eine individualisierte Anzeige in Abhängigkeit vom konkreten Fristlauf weder gesetzlich vorgesehen noch technisch zumutbar ist. Kurzfristige technische Störungen oder notwendige Wartungsarbeiten stehen der ständigen Verfügbarkeit grundsätzlich nicht entgegen, sofern sie nur vorübergehender Natur sind.

5. Zugangsfiktion und Beweislast

§ 356a Abs. 5 BGB n.F. enthält eine Zugangsfiktion: Die Widerrufserklärung gilt als dem Unternehmer innerhalb der Widerrufsfrist zugegangen, wenn der Verbraucher sie vor Fristablauf über die Widerrufsfunktion versandt hat. Damit wird dem Verbraucher das Risiko genommen, dass sich seine Widerrufserklärung auf dem elektronischen Übermittlungsweg verzögert. Die Beweislast für die tatsächliche Abgabe und den rechtzeitigen Versand verbleibt allerdings beim Verbraucher, wird jedoch durch die Eingangsbestätigung faktisch erleichtert.

6. Abgrenzung zum Kündigungsbutton

Die neue Widerrufsfunktion ist nicht mit der seit dem 1. Juli 2022 bestehenden Kündigungsschaltfläche nach § 312k BGB zu verwechseln. Die wesentlichen Unterschiede betreffen den Anwendungsbereich (Kündigungsschaltfläche nur für Dauerschuldverhältnisse, Widerrufsfunktion vertragstypenunabhängig), die zeitliche Verfügbarkeit (Kündigungsschaltfläche dauerhaft, Widerrufsfunktion mindestens während der Widerrufsfrist) sowie die Sanktionen bei Verstößen.

Besondere Aufmerksamkeit verdient das Verwechslungsrisiko: Da beide Schaltflächen auf derselben Benutzeroberfläche vorhanden sein können, besteht die Gefahr, dass Verbraucher versehentlich den falschen Button betätigen. Unternehmen sollten dem entgegenwirken, indem beide Schaltflächen in getrennten Bereichen

platziert und die Verbraucher über die rechtlichen Unterschiede ausreichend aufgeklärt werden.

7. Verstöße können teuer werden

Verstöße gegen die neuen Vorschriften zum Widerrufsbutton können als Ordnungswidrigkeit mit Geldbußen von bis zu 50.000 Euro geahndet werden. Bei Unternehmen mit einem Jahresumsatz von mehr als 1,25 Millionen Euro kann die Geldbuße bis zu 4 Prozent des Jahresumsatzes betragen; sofern keine Umsatzdaten vorliegen, beträgt das Höchstmaß zwei Millionen Euro. Darüber hinaus drohen wettbewerbsrechtliche Abmahnungen auf Unterlassung. Bei Verletzung der Informationspflichten zum Bestehen und der Platzierung der Widerrufsfunktion verlängert sich die Widerrufsfrist auf zwölf Monate und 14 Tage.

Was jetzt zu tun ist – Ihre Checkliste bis zum 19. Juni 2026

Die Zeit drängt: In etwa einem Monat treten die Neuregelungen in Kraft. Folgende Maßnahmen sind bis dahin zwingend umzusetzen:

1. **Widerrufsfunktion implementieren:** Stellen Sie auf Ihrer Online-Benutzeroberfläche eine gesetzeskonforme Widerrufsfunktion bereit – mit korrekter Beschriftung ("Vertrag widerrufen"), hervorgehobener Platzierung, leichter Zugänglichkeit von jeder Unterseite und vollständiger Datenerfassung im zweistufigen Verfahren.
2. **Bestätigungsfunktion einrichten:** Implementieren Sie die zweite Stufe mit der Beschriftung "Widerruf bestätigen" und stellen Sie sicher, dass erst deren Betätigung die Widerrufserklärung auslöst.
3. **Eingangsbestätigung automatisieren:** Richten Sie einen automatisierten Versand der Eingangsbestätigung per E-Mail ein, der unverzüglich nach Betätigung der Bestätigungsfunktion erfolgt und Datum, Uhrzeit sowie den Inhalt der Widerrufserklärung enthält.
4. **Widerrufsbelehrung anpassen:** Informieren Sie in Ihrer Widerrufsbelehrung über das Bestehen und die Platzierung der elektronischen Widerrufsfunktion – andernfalls droht eine Verlängerung der Widerrufsfrist.



5. **Abgrenzung zum Kündigungsbutton sicherstellen:** Platzieren Sie Widerrufsfunktion und Kündigungsschaltfläche räumlich getrennt und klären Sie Verbraucher über die Unterschiede auf.
6. **Vermittlungsplattformen einbinden:** Prüfen Sie, ob Verträge auch über Drittplattformen geschlossen werden, und stellen Sie die Bereitstellung der Widerrufsfunktion auch dort sicher – gegebenenfalls durch vertragliche Verpflichtung des Plattformbetreibers.

Fazit

Die Einführung der elektronischen Widerrufsfunktion stellt Unternehmen vor erhebliche technische und organisatorische Herausforderungen. Die Anforderungen gehen dabei über einen simplen Button hinaus: Das zweistufige Verfahren, die hervorgehobene Platzierung und die unverzügliche Eingangsbestätigung erfordern eine durchdachte technische Umsetzung. Positiv ist, dass durch die Zugangsfiktion und die pauschale Bereitstellungsmöglichkeit auch Rechtssicherheit für Unternehmen geschaffen wird.

Unternehmen sind gut beraten, sich frühzeitig mit den neuen Anforderungen auseinanderzusetzen und die erforderlichen Anpassungen rechtzeitig vor dem Stichtag am 19. Juni 2026 umzusetzen. Wer hier zögert, riskiert empfindliche Bußgelder und wettbewerbsrechtliche Abmahnungen – eine Nachlässigkeit, die schnell teuer werden kann.

Dr. Katy Ritzmann

Rechtsanwältin
Berlin
katy.ritzmann@gsk.de

Dr. Jörg Kahler

Rechtsanwalt
Berlin
joerg.kahler@gsk.de

Dr. Jörg Wünschel

Rechtsanwalt
Berlin
joerg.wuenschel@gsk.de

Per Meyerdierks

Rechtsanwalt
Hamburg
per.meyerdierks@gsk.de

Dr. Martin Hossenfelder

Rechtsanwalt
Berlin
martin.hossenfelder@gsk.de

Dr. Maximilian Schnebbe

Rechtsanwalt
Hamburg
maximilian.schnebbe@gsk.de

Daniel Bincheva

Rechtsanwältin
Berlin
daniela.bincheva@gsk.de

Franca Rexeis

Wissenschaftliche Mitarbeiterin
Berlin



Urheberrecht

GSK Stockmann – Alle Rechte vorbehalten. Die Wiedergabe, Vervielfältigung, Verbreitung und/oder Bearbeitung sämtlicher Inhalte und Darstellungen des Beitrages sowie jegliche sonstige Nutzung ist nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung von GSK Stockmann gestattet.

Haftungsausschluss

Diese Mandanteninformation enthält ausschließlich allgemeine Informationen, die nicht geeignet sind, den besonderen Umständen eines Einzelfalles gerecht zu werden. Sie hat nicht den Sinn, Grundlage für wirtschaftliche oder sonstige Entscheidungen jedweder Art zu sein. Sie stellt keine Beratung, Auskunft oder ein rechtsverbindliches Angebot auf Beratung oder Auskunft dar und ist auch nicht geeignet, eine persönliche Beratung zu ersetzen. Sollte jemand Entscheidungen jedweder Art auf Inhalte dieser Mandanteninformation oder Teile davon stützen, handelt dieser ausschließlich auf eigenes Risiko.

GSK Stockmann und auch die in dieser Mandanteninformation namentlich genannten Partner oder Mitarbeiter übernehmen keinerlei Garantie oder Gewährleistung, noch haftet GSK Stockmann und einzelne Partner oder Mitarbeiter in irgendeiner anderen Weise für den Inhalt dieser Mandanteninformation. Aus diesem Grund empfehlen wir, in jedem Fall eine persönliche Beratung einzuholen.

www.gsk.de



YOUR PERSPECTIVE.
GSK.DE | GSK-LUX.COM

GSK Stockmann

Rechtsanwälte Steuerberater Partnerschaftsgesellschaft mbB

BERLIN

Anton-Wilhelm-Amo-Str. 42
10117 Berlin
T +49 30 203907-0
F +49 30 203907-44
berlin@gsk.de

HEIDELBERG

Europaplatz 3
69115 Heidelberg
T +49 6221 4566-0
F +49 6221 4566-44
heidelberg@gsk.de

FRANKFURT/M.

Bockenheimer Landstr. 24
60323 Frankfurt am Main
T +49 69 710003-0
F +49 69 710003-144
frankfurt@gsk.de

MÜNCHEN

Karl-Scharnagl-Ring 8
80539 München
T +49 89 288174-0
F +49 89 288174-44
muenchen@gsk.de

HAMBURG

Neuer Wall 69
20354 Hamburg
T +49 40 369703-0
F +49 40 369703-44
hamburg@gsk.de

LUXEMBURG

GSK Stockmann SA
44, Avenue John F. Kennedy
L-1855 Luxembourg
T +352 271802-00
F +352 271802-11
luxembourg@gsk-lux.com

LONDON

GSK Stockmann International
Rechtsanwaltsgesellschaft mbH,
Zweigniederlassung London
Queens House, 8-9 Queen Street
London EC4N 1SP
United Kingdom
T +44 20 4512687-0
london@gsk-uk.com

Sitz der GmbH: München,
Amtsgericht München
HRB 281930
Geschäftsführer:
Dr. Mark Butt, York-Alexander
von Massenbach