



## Die Pflicht zum Widerrufsbutton im E-Commerce

Ab dem 19. Juni 2026 müssen viele Händler:innen, die online Verträge mit Verbraucher:innen schließen, eine elektronische Widerrufsfunktion bereitstellen, oft als Widerrufsbutton bezeichnet. Ziel ist, dass der Widerruf für Verbraucher:innen ähnlich einfach möglich ist wie der Vertragsabschluss über eine Online-Oberfläche (z. B. Button auf einer Webseite).

Der Widerrufsbutton ergänzt die bisherigen Widerrufswege wie bspw. E-Mail oder Brief, aber ersetzt sie nicht. Im weiteren Reformumfeld werden zudem ab dem 27. September 2026 zusätzliche Verbraucherschutzbezogene Informationspflichten relevant, die nicht ausschließlich den Widerruf betreffen, aber in der Umsetzungsplanung mitgedacht werden sollten.

INFO  
BLATT



### THEMENBEREICHE

- Worauf ist bei der Ausgestaltung des Widerrufsbuttons zu achten?
- Beschriftung und Klarheit der Buttons
- Welche Angaben dürfen abgefragt werden und was nicht?
- Was gilt bei Marktplätzen und Plattformen?
- Praxisorientierte Umsetzungsreihenfolge



### Für welche Händler:innen und Vertragsarten gilt die Pflicht?

Die Pflicht betrifft typischerweise B2C-Fernabsatzverträge, die über eine Online-Benutzeroberfläche geschlossen werden. Gemeint sind dabei insbesondere der eigene Onlineshop, eine mobile Website oder eine App, sofern der Vertragsschluss dort tatsächlich erfolgt. Nicht erfasst sind Verträge, die ohne Online-Benutzeroberfläche zustande kommen, etwa per Telefon oder Bestellkarte. Dieser Schritt ist zentral, weil er Fehlclicks reduziert und zugleich die rechtssichere Übermittlung strukturiert.



### Wichtig ist die Abgrenzung über das gesetzliche Widerrufsrecht:

Der Widerrufsbutton ist grundsätzlich nur dort erforderlich, wo Verbraucher:innen ein Widerrufsrecht haben. In Konstellationen, in denen das Widerrufsrecht gesetzlich ausgeschlossen ist, entsteht auch keine Button-Pflicht. Ein Beispiel hierfür sind Waren, die nicht vorgefertigt sind und eindeutig nach Kundenvorgaben angefertigt werden oder klar auf persönliche Bedürfnisse zugeschnitten sind, etwa ein Maßanzug oder eine Möbelsonderanfertigung.

## Worauf ist bei der Ausgestaltung des Widerrufsbuttons zu achten?

In der Praxis kommt es stark auf die konkrete Nutzerführung an. Der Widerrufsbutton muss leicht auffindbar, gut sichtbar und während der gesamten Widerrufsfrist durchgehend verfügbar sein. Er darf nicht so ausgestaltet sein, dass Verbraucher:innen faktisch ausgebremst werden. Deshalb darf der Widerruf insbesondere nicht daran scheitern, dass ein Konto angelegt oder ein Login durchgeführt werden muss. Auch zusätzliche Hürden wie unnötige Authentifizierungsschritte sind zu vermeiden.

Bei App- und Mobil-Setups ist ein häufiger Stolperstein die Erreichbarkeit. Ein:e Verbraucher:in darf nicht erst zu einem App-Download oder einem vergleichbar zusätzlichen Schritt gedrängt werden, wenn der Vertrag nicht in dieser App geschlossen wurde. Umgekehrt ist es sinnvoll, dort einen passgenauen Zugang vorzuhalten, wo der Vertrag tatsächlich abgeschlossen wurde.

## Beschriftung und Klarheit der Buttons

Die Beschriftung ist hier nicht nur Kosmetik, sondern rechtlich relevant. Die Schaltfläche sollte „Vertrag widerrufen“ heißen oder eine Formulierung nutzen, die ebenso eindeutig ist. Vage Begriffe wie „Storno“ oder „Rückgabe“ können problematisch sein, weil sie den Zweck nicht klar genug treffen oder mit anderen Prozessen vermischt werden.



### Zweistufiger Ablauf als Kernanforderung

Der Widerrufsbutton ist in der Regel zweistufig auszugestalten. Ein erster Klick auf „Vertrag widerrufen“ führt zu einer Seite, auf der die Verbraucher:innen die für den Widerruf notwendigen Angaben machen. Erst ein zweiter Schritt über eine eindeutige Bestätigungsfunktion, etwa „Widerruf bestätigen“, übermittelt die Widerrufserklärung endgültig. Dieser zweite Schritt ist zentral, weil er Fehlklicks reduziert und zugleich die rechtssichere Übermittlung strukturiert.



## Welche Angaben dürfen abgefragt werden und was nicht?

Bei den abgefragten Daten gilt ein klares Prinzip: nur das, was wirklich nötig ist, um den Widerruf zuzuordnen und zu bestätigen. Zulässig sind typischerweise:



### Name des Verbrauchenden

Nur die Angaben, die zur Identifikation der widerrufenden Person notwendig sind.



### Zuordnung des Vertrags

Erforderlich sind nur die Angaben, mit denen sich der betroffene Vertrag oder Vertragsteil eindeutig bestimmen lässt.



### Kontakt für die Eingangsbestätigung

Zulässig ist eine Angabe dazu, wie die Bestätigung übermittelt werden soll, häufig also die E-Mail-Adresse.

**Nicht zulässig** sind zusätzliche Pflichtangaben, die den Widerruf erschweren oder psychologisch hemmen. Ein klassisches Beispiel ist ein verpflichtender Widerrufsgrund. Solche Zusatzfelder können den Prozess unnötig verkomplizieren und damit den gesetzlichen Zweck konterkarieren.



## Eingangsbestätigung nach Absenden und typische Formulierungsfehler


**Nach dem Absenden** muss der/die Händler:in den Eingang der Widerrufserklärung unverzüglich bestätigen und zwar auf einem dauerhaften Datenträger, in der Praxis regelmäßig per automatisierter E-Mail. Diese Bestätigung sollte den Inhalt des Widerrufs sowie Datum und Uhrzeit des Eingangs enthalten.

**Inhaltlich ist Präzision wichtig:** Es geht zunächst um eine Eingangsbestätigung, nicht um eine vorschnelle Aussage, der Widerruf sei bereits „geprüft“, „angenommen“ oder „wirksam“. Solche Formulierungen können intern falsche Erwartungen erzeugen und nach außen unnötige Missverständnisse schaffen. Wichtig ist also, zunächst den Eingang zu bestätigen und dann den Prozess zu prüfen und abzuwickeln.

# Was gilt bei Marktplätzen und Plattformen?

Wenn der Vertrag über die Online-Oberfläche eines Marktplatzes geschlossen wird, ist die Pflicht im Grundsatz ebenfalls relevant. In der Praxis liegt die technische Umsetzung jedoch häufig beim Plattformbetreiber, weil Händler:innen die Oberfläche nicht selbst steuern können. Für Händler:innen ist dennoch wichtig, das Thema aktiv zu monitoren, zu dokumentieren, welche Button- oder Widerrufsflows die Plattform bereitstellt, und intern sicherzustellen, dass solche Widerrufe zuverlässig im eigenen System ankommen und bearbeitet werden.

## Risiken bei Nichtumsetzung



Wer die Anforderungen nicht oder fehlerhaft umsetzt, riskiert vor allem wettbewerbsrechtliche Abmahnungen. Zusätzlich können Defizite bei Informationspflichten im Widerrufsumfeld praktisch relevant werden, weil sich dadurch die Widerrufsfrist unter Umständen verlängern kann. Selbst wenn einzelne Rechtsfolgen im Detail vom konkreten Gesetzeswortlaut und dessen Auslegung abhängen, ist die Leitlinie klar: **Je stärker der Prozess den Widerruf erschwert oder verschleiert, desto höher ist das Risiko.**

## Begleitende Texte, Datenschutz und interne Prozesse

**Die technische Implementierung ist jedoch nur ein Teil des Umsetzungsprozesses.** Händler:innen sollten auch die Widerrufsbelehrung und weitere Verbraucherinformationssseiten darauf abstimmen, dass eine elektronische Widerrufsfunktion existiert und wie sie auffindbar ist. Parallel ist zu prüfen, wie die im Widerrufsprozess erhobenen personenbezogenen Daten verarbeitet werden und ob dies in der Datenschutzerklärung hinreichend transparent abgebildet ist.

**Operativ entscheidend ist die interne Organisation:** Widerrufe aus dem Button-Prozess müssen sauber erfasst, eindeutig einer Bestellung zugeordnet, zeitnah bearbeitet und in Retoure- sowie Erstattungsprozesse integriert werden. Dazu gehört auch eine verlässliche Zeitstempelung und Nachvollziehbarkeit, damit im Streitfall belegt werden kann, wann der Widerruf eingegangen ist und was bestätigt wurde.

# Praxisorientierte Umsetzungsreihenfolge

Sinnvoll ist ein Vorgehen in klaren Schritten. Zuerst sollten Händler:innen klären, welche Produkte und Leistungen überhaupt unter ein gesetzliches Widerrufsrecht fallen und wo Ausschlussstatbestände greifen. Danach folgt die UX-Entscheidung zur Platzierung, so dass der Button tatsächlich leicht auffindbar ist und nicht versteckt wirkt. Anschließend wird der zweistufige Ablauf umgesetzt, das Formular wird auf zulässige Angaben reduziert und die automatische Eingangsbestätigung wird technisch stabil sowie revisionsfest angebunden. Abschließend sollten Widerrufsbelehrung, Datenschutzinformationen, Marktplatz-Handling und interne Workflows so abgestimmt werden, dass Widerrufe aus allen Kanälen einheitlich, schnell und nachweisbar abgewickelt werden.

## Weiterführende Quellen:

- [https://www.bmjv.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2025/0903\\_Widerrufsbutton.html](https://www.bmjv.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2025/0903_Widerrufsbutton.html)
- <https://www.ihk.de/regensburg/fachthemen/recht/online-recht-und-datenschutz/online-recht/widerrufsbutton-kommt-ab-juni-2026-6933724>
- <https://www.wettbewerbszentrale.de/referentenentwurf-fuer-widerrufsbutton-in-online-shops/>
- <https://www.it-recht-kanzlei.de/widerrufsbutton-faq-leitfaden-online-handel.html>
- <https://t3n.de/news/rueckgabe-so-einfach-wie-kaufen-so-muss-der-neue-widerrufsbutton-aussehen-1729877/>



Das Mittelstand-Digital Zentrum Handel gehört zu Mittelstand-Digital. Mit dem Mittelstand-Digital Netzwerk unterstützt das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie die Digitalisierung in kleinen und mittleren Unternehmen und dem Handwerk.

**Infoblatt: Die Pflicht zum Widerrufsbutton im E-Commerce – 04 2026**  
Mittelstand-Digital Zentrum Handel

Text und Gestaltung: Susanne Dierl, David Ring  
ibi research an der Universität Regensburg GmbH  
Galgenbergstraße 25, 93053 Regensburg



digitalzentrumhandel.de

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

Mittelstand-  
Digital 