WhatsApp-Marketing

Beispielnachrichten, Einwilligungstexte und ein Vier-Wochen-Plan: ein praktischer Leitfaden für Onlinehändler, die WhatsApp starten wollen.

DOSSIER · MARKETING & E-COMMERCE · STAND: 19. NOVEMBER 2026 · CA. 7 MIN. LESEZEIT

In diesem Dossier

9 Kapitel · Vom ersten Opt-in bis zur Kampagne

1. Reihenfolge
2. Beispielnachrichten
3. Einwilligungstexte
4. Vier-Wochen-Plan
5. Kosten
6. Erfolg messen
7. Pflicht-Checkliste
8. Hintergründe & Artikel
9. Häufige Fragen

Womit Sie starten

Beginnen Sie nicht mit der großen Kampagne, sondern mit Nachrichten, die Kunden ohnehin erwarten. Unsere Empfehlung für die Reihenfolge:

01 Bestell- und Versandinfos

Günstigste Nachrichtenart, von Kunden erwartet, und Sie bauen damit bei Meta Versandvolumen und eine gute Qualitätsbewertung auf. Beides brauchen Sie später für größere Aussendungen.

02 Warenkorb-Erinnerung

Läuft automatisch, erreicht Kunden mit konkreter Kaufabsicht und lässt sich sauber mit einer Kontrollgruppe messen.

03 Aktionen und Rückgewinnung

Erst wenn Ihre Einwilligungsliste gewachsen ist und Meta Ihr Versandlimit angehoben hat. Neue Konten erreichen zunächst nur 250 Kunden pro Tag.

Die Reihenfolge ist eine Einschätzung der Redaktion auf Basis von Metas Kosten- und Limitregeln.

So sieht das beim Kunden aus

Vier Beispiele für typische Shop-Nachrichten. Platzhalter in eckigen Klammern ersetzt Ihr System automatisch, Buttons erscheinen in WhatsApp unter dem Text.

Versandbestätigung

Hallo [Anna], deine Bestellung [10482] ist unterwegs. Voraussichtliche Zustellung: [Donnerstag].

Sendung verfolgen

Utility · ca. 4,6 Cent je Nachricht an eine deutsche Nummer · Kunde hat WhatsApp für Bestellinfos aktiviert

Warenkorb-Erinnerung

Hallo [Anna], in deinem Warenkorb liegen noch die [Laufschuhe Modell X]. Sollen wir sie für dich bereithalten?

Zum Warenkorb

Keine Angebote mehr? Antworte mit STOPP.

Marketing · ca. 11,3 Cent · nur mit Werbeeinwilligung

Black-Friday-Aktion

Hallo [Anna], bis Montag 20 Prozent auf alle Laufschuhe. [Modell X] jetzt [79,99 €] statt [99,99 €] (niedrigster Preis der letzten 30 Tage).

Zum Angebot

Keine Angebote mehr? Antworte mit STOPP.

Marketing · ca. 11,3 Cent · nur mit Werbeeinwilligung · der Rabatt muss sich auf den niedrigsten Preis der letzten 30 Tage beziehen (§ 11 PAngV ↗, EuGH-Urteil von 2024 ↗)

Rückgewinnung

Hallo [Anna], lange nicht gesehen. Mit dem Code [WIEDER10] sparst du bis Sonntag 10 Prozent auf deine nächste Bestellung.

Zum Shop

Keine Angebote mehr? Antworte mit STOPP.

Marketing · ca. 11,3 Cent · nur mit Werbeeinwilligung

Einwilligung: Texte zum Anpassen

Ohne Einwilligung keine Werbung – das verlangen das Wettbewerbsrecht (§ 7 UWG ↗) und Meta selbst (Opt-in-Regeln ↗). Meta empfiehlt getrennte Einwilligungen je Nachrichtenart. Daraus ergeben sich zwei Kontrollkästchen.

01 Kontrollkästchen im Checkout und im Kundenkonto

☐ Bestell- und Versandinfos per WhatsApp an meine Mobilnummer senden.

☐ Ja, ich möchte Angebote und Erinnerungen von [Shopname] per WhatsApp erhalten. Abmelden jederzeit mit STOPP. Mehr in der [Datenschutzerklärung].

Beide Kästchen sind nicht vorausgewählt; ein bereits angekreuztes Kästchen gilt nach Erwägungsgrund 32 DSGVO ↗ nicht als Einwilligung.

02 Bestätigungsnachricht (Double-Opt-in)

Hallo, bitte bestätige, dass du Angebote von [Shopname] per WhatsApp erhalten möchtest.

Ja, bestätigen

Du kannst dich jederzeit mit STOPP abmelden.

03 Antwort auf STOPP

Du erhältst ab jetzt keine Angebote mehr von [Shopname]. Bestell- und Versandinfos bekommst du weiterhin, wenn du sie aktiviert hast.

Speichern Sie zu jeder Einwilligung Datum, Uhrzeit, Quelle (Checkout, Formular, Chat) und den verwendeten Text. Nach Art. 7 DSGVO ↗ müssen Sie die Einwilligung nachweisen können.

Formulierungsbeispiele der Redaktion, nicht juristisch geprüft.

Weitere Stellen für das Opt-in

Newsletter-Formular, Bestellbestätigungsseite, QR-Code auf der Paketbeilage und Anzeigen, die direkt in einen WhatsApp-Chat führen.

In vier Wochen startklar

Ein Beispielplan für Shops, die WhatsApp über einen Softwareanbieter an ihr Shopsystem anbinden. Planen Sie Puffer ein: Meta prüft Konto und Vorlagen, und das Versandlimit wächst nur schrittweise.

Woche 1 · Grundlagen

- ☐ Sortiment gegen Metas Richtlinie für Geschäftsnachrichten ↗ prüfen (Alkohol, Tabak, Arzneimittel sind ausgeschlossen)
- ☐ Softwareanbieter mit Integration für Ihr Shopsystem wählen, Auftragsverarbeitungsvertrag abschließen
- ☐ Unternehmenskonto bei Meta anlegen, Identität verifizieren, eigene Rufnummer festlegen

Woche 2 · Einwilligung und Profil

- ☐ Beide Kontrollkästchen in Checkout und Kundenkonto einbauen, Double-Opt-in einrichten
- ☐ WhatsApp-Profil mit Kontaktdaten, Impressum und Datenschutzhinweis füllen
- ☐ Datenschutzerklärung der Website um WhatsApp ergänzen
- ☐ Vorlagen für Bestell- und Versandinfos einreichen

Woche 3 · Erste Nachrichten

- [ ] Bestell- und Versandinfos live schalten
- [ ] Vorlagen für Warenkorb-Erinnerung und geplante Aktionen einreichen
- [ ] STOPP-Funktion mit einer Testnummer prüfen

Woche 4 · Marketing

- [ ] Warenkorb-Erinnerung mit Kontrollgruppe starten
- [ ] Aktuelles Versandlimit prüfen, erste Aktion an die Einwilligungsliste senden
- [ ] Kosten und Umsatz je Automation erstmals auswerten

Was es kostet

Meta berechnet jede zugestellte Nachricht ↗. Maßgeblich ist das Land der Empfängernummer, nicht der Sitz Ihres Shops. Dazu kommt die Gebühr Ihres Softwareanbieters.

Nachricht	Kategorie bei Meta	Preis je Nachricht an deutsche Nummer	Einwilligung
Bestell- und Versandinfo	Utility	ca. 4,6 Cent	Opt-in für WhatsApp-Kontakt
Warenkorb-Erinnerung	Marketing	ca. 11,3 Cent	Werbeeinwilligung
Aktion, Newsletter, Rückgewinnung	Marketing	ca. 11,3 Cent	Werbeeinwilligung
Antwort auf Kundenanfrage binnen 24 Stunden	Service	ca. 4,6 Cent, laut Anbietern 1.000 pro Monat frei	Kunde schreibt zuerst

Empfänger mit österreichischer, belgischer oder Schweizer Nummer sind günstiger (ca. 4,9 Cent für Marketing). Zur Einordnung: 1.000 Warenkorb-Erinnerungen an deutsche Nummern kosten rund 113 Euro.

Tarife seit 1. Oktober 2026 nach Angaben von Plattformanbietern.

Erfolg messen

Nicht jede Bestellung nach einer Nachricht ist ein Erfolg der Nachricht – viele Kunden hätten ohnehin gekauft. So finden Sie heraus, was WhatsApp tatsächlich bringt:

01 Kontrollgruppe bilden

Schicken Sie einem zufällig ausgewählten Teil der Empfänger keine Nachricht, zum Beispiel 10 Prozent der Warenkorb-Abbrecher. Fragen Sie Ihren Softwareanbieter, ob er das unterstützt.

02 Nach vier Wochen vergleichen

Vergleichen Sie die Kaufquote der Gruppe mit Nachricht mit der Kontrollgruppe. Nur die Differenz ist zusätzlicher Umsatz.

03 Monatlich vier Kennzahlen prüfen

Kosten je Automation, Umsatz nach Nachricht, zusätzlicher Umsatz gegenüber der Kontrollgruppe sowie Abmeldungen und Blockierungen.

Vergleichswerte aus Anbieterdaten

Der Softwareanbieter Chatarmin ↗ meldet für seine Kunden: 8,7 Prozent der Empfänger einer Warenkorb-Erinnerung bestellten danach, 1,68 Prozent meldeten sich ab. Bei Kampagnen lag die Abmeldequote laut einem weiteren Benchmark ↗ bei 0,34 Prozent je Nachricht. Die Werte enthalten auch Bestellungen, die ohne Nachricht zustande gekommen wären.

Pflicht-Checkliste vor dem Start

Diese Punkte sollten erfüllt sein, bevor die erste Werbenachricht rausgeht.

- ☐ **Sortiment zulässig.** Keine Produkte, die Meta auf der Plattform ausschließt, etwa Alkohol, Tabak oder Arzneimittel.
- ☐ **Auftragsverarbeitungsvertrag** mit dem Softwareanbieter abgeschlossen.
- ☐ **WhatsApp-Profil vollständig:** Kontaktdaten, Impressum und eigener Datenschutzhinweis.
- ☐ **Datenschutzerklärung der Website** beschreibt den WhatsApp-Versand.
- ☐ **Opt-in korrekt:** nennt WhatsApp und Ihren Firmennamen, getrennt für Bestellinfos und Werbung, nicht vorausgewählt.
- ☐ **Nachweis gespeichert:** Datum, Uhrzeit, Quelle und Wortlaut jeder Einwilligung.
- ☐ **Abmeldung wirkt sofort** – per STOPP und auch, wenn Kunden sich per E-Mail oder Telefon abmelden.
- ☐ **Weg zu einem Menschen:** Automatisierte Dialoge bieten eine Übergabe an einen Mitarbeiter, Telefon oder E-Mail.
- ☐ **Rabatte korrekt ausgezeichnet:** Vergleichspreis ist der niedrigste Preis der letzten 30 Tage.
- ☐ **Vorlagen freigegeben**, mit Puffer vor Aktionstagen; die Prüfung durch Meta dauert bis zu 24 Stunden.

Die Liste dokumentiert Ihre Vorbereitung, keine rechtliche Konformität.

> **Was noch nicht geklärt ist**
>
> - **Bestandskunden:** Ob die Ausnahme für Bestandskunden aus § 7 Abs. 3 UWG für WhatsApp gilt, ist offen. Sicherer Weg: eine eigene WhatsApp-Einwilligung einholen.
> - **Newsletter-Abonnenten:** Ob eine E-Mail-Einwilligung WhatsApp abdeckt, ist ebenfalls nicht geklärt. Laden Sie Abonnenten lieber per E-Mail ein, sich für WhatsApp anzumelden.
> - **Kosten für Antworten:** Seit 1. Oktober 2026 berechnet Meta laut Fachdokumentation auch Antworten auf Kundenanfragen; Anbieter nennen 1.000 freie Servicenachrichten pro Rufnummer und Monat. Metas allgemeine Preisseiten sind noch nicht angepasst – prüfen Sie Ihre Abrechnung.

Hintergründe und Artikel

Vertiefende Analysen und Beispiele aus unserer Berichterstattung – mit dem Veröffentlichungsdatum zur zeitlichen Einordnung.

- **demnächst** 0,11 Euro pro Warenkorb-Erinnerung: Was WhatsApp-Marketing zum Black Friday kostet
- **21.07.26** Whatsapp: Beliebtester Verkaufsassistent im Online-Handel
- **15.02.18** Intersport-Händler: Warum WhatsApp die Kundenkommunikation verbessert

Häufige Fragen

Reicht die WhatsApp Business App?
Für Gespräche von Hand ja. Für Bestellinfos oder Warenkorb-Erinnerungen direkt aus dem Shopsystem nicht – dafür fehlt der App die Schnittstelle. Dann brauchen Sie die Business Platform über einen Softwareanbieter.

Wie viele Kunden können wir anfangs anschreiben?
Neue Konten erreichen außerhalb eines laufenden Dialogs 250 Empfänger pro Tag. Nach einer Verifizierung oder 2.000 zugestellten Nachrichten mit gut bewerteten Vorlagen steigt das Limit auf 2.000. Offizielle Quelle ↗

Dürfen wir Wein oder Arzneimittel über WhatsApp bewerben?
Über die Business Platform nicht. Metas Richtlinie schließt Alkohol, Tabak und Arzneimittel aus; Ausnahmen gelten nur in einzelnen Ländern außerhalb Europas. Offizielle Quelle ↗

Wann verschicken wir Aktionen am besten?
Gesetzliche Vorgaben zur Uhrzeit gibt es nach unserer Recherche nicht. In Anbieterdaten von Chatarmin lag die Klickrate um 10 Uhr am höchsten und um 18 Uhr am niedrigsten. Testen Sie es mit Ihren Kunden.

Brauchen wir auch für Versandinfos eine Einwilligung?
Meta verlangt für jede Nachricht außerhalb eines laufenden Dialogs ein Opt-in, und E-Recht24 hält eine Einwilligung für jeden WhatsApp-Kontakt für nötig. Deshalb das eigene Kontrollkästchen für Bestell- und Versandinfos.

Quellen und Einordnung

Preise der WhatsApp Business Platform Meta · whatsappbusiness.com ↗

Richtlinie für Geschäftsnachrichten Meta · whatsappbusiness.com ↗

Versandlimits und Opt-in Meta for Developers · developers.facebook.com ↗

§ 7 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb Bundesministerium der Justiz · gesetze-im-internet.de ↗

§ 11 Preisangabenverordnung Bundesministerium der Justiz · gesetze-im-internet.de ↗

Art. 7 und Erwägungsgrund 32 DSGVO Datenschutz-Grundverordnung · dsgvo-gesetz.de ↗

WhatsApp-Benchmarks 2026 (Anbieterdaten) Chatarmin · chatarmin.com ↗

Stand und Einordnung

Stand der Angaben: November 2026. Meta passt Preise und Regeln regelmäßig an, zuletzt zum 1. Oktober 2026. Die Benchmarks stammen von einem Softwareanbieter und beruhen auf dessen Kundendaten. Die Hinweise im Dossier sind Arbeitshilfen und keine Rechtsberatung.
