

## Freie Alternativen zu Google Analytics

**So populär Google Analytics ist, so umstritten ist es auch - insbesondere aus Datenschutzgründen. Deshalb müssen Unternehmen die Webtrackingsoftware ablösen. Zahlreiche Open-Source-Alternativen versprechen DSGVO-Konformität.**



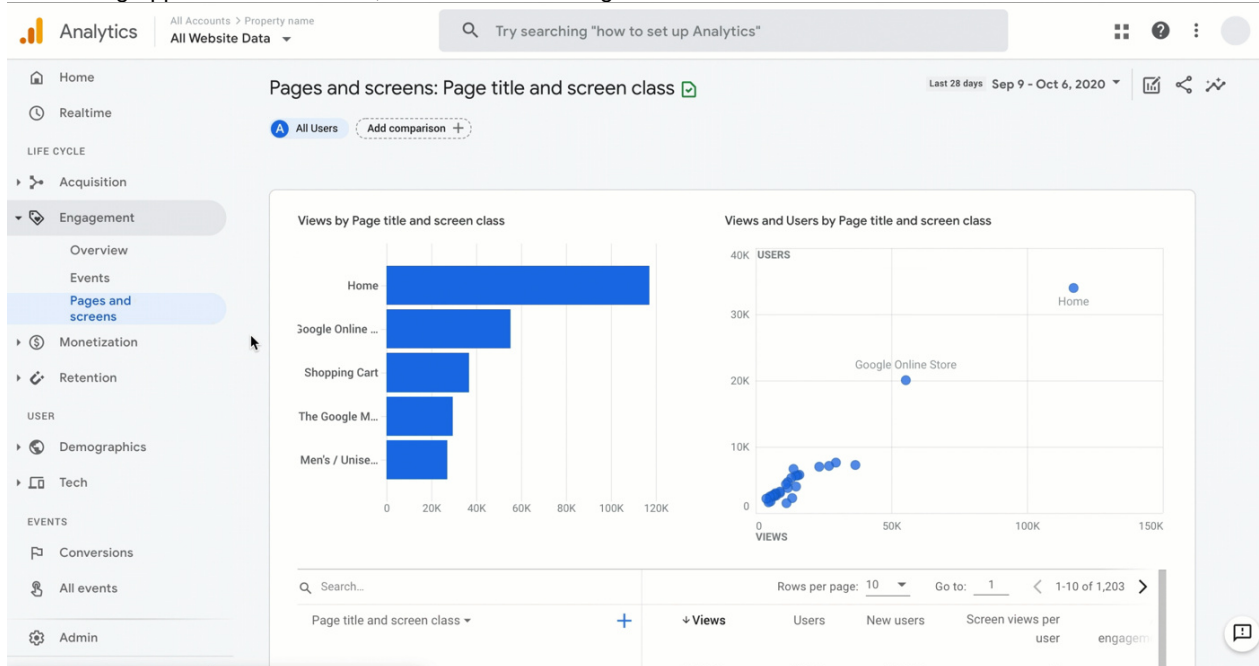
### *iX-tract*

- DSGVO-konformes Webtracking versprechen alle Open-Source-Alternativen zu Google Analytics, Cookie-freie Analysen sind ebenfalls fast immer umsetzbar.
- Neben den regulären Erhebungen zu Besuchern, Seitenaufrufen und Ereignissen bieten viele freie Werkzeuge E-Commerce-Funktionen an. Andere Projekte sind auf die technische Analyse spezialisiert.
- Wer Google Analytics direkt ersetzen will, kann meist zwischen Eigenbetrieb und Cloud-SaaS wählen. Die kommerziellen Anbieter bieten auch hinsichtlich Support selten mehr.

Google Analytics muss weg, eine Alternative muss her - seit mehreren Jahren versuchen immer mehr Unternehmen in Europa, den Webtracking-Platzhirsch abzulösen. Der ist vor allem aus Datenschutzgründen umstritten: Die Rechtslage, ob und wie Unternehmen Analytics einsetzen dürfen, änderte sich immer wieder, doch spätestens mit dem Ende des EU-US Privacy Shield dürften sich Betreiber nach Alternativen umsehen. Google überträgt Daten der Anwender in die USA, wofür nun keine rechtliche Grundlage mehr besteht. Erste DSGVO-Strafen aufgrund unzureichender Schutzmaßnahmen gab es bereits. Aber warum ist Google Analytics so beliebt, dass jetzt so viele Unternehmen unbedingt eine neue Software finden müssen? Neben historisch gewachsenen Gründen wie dem günstigen Start des Dienstes 2005 zur besten Webzeit, dem simplen Einsatz als Cloud-Anwendung und dem günstigen Betrieb im Vergleich zu selbst gebauten Tools sind es vor allem die vielen Funktionen, die Google zum Primus gemacht haben. Konkurrenten müssen also ähnliche Features bieten, denn meist wollen Websitebetreiber nicht auf diese essenziellen Bestandteile verzichten.

## Google Analytics: wichtige Funktionen

Kern von Analytics sind die Echtzeitberichte. Sie führen konstant die Aktivitäten der Nutzer einer Webseite auf. Hierunter fallen zum Beispiel die Seitenaufrufe, wie viele aktive Besucher es gibt oder welche Aktionen sie ausführen - zum Beispiel Klicks auf bestimmte Links. Mit an Bord sind ebenfalls Filter, um ausschließlich bestimmte Quell-IP-Adressen zu erfassen oder diese auszuschließen, nur ein Unterverzeichnis zu beobachten oder spezifische Hostnamen unter die Lupe zu nehmen. Google bietet vordefinierte Filter, Nutzer können zusätzliche Filter einrichten. Hinzu kommt das Tracking der spezifischen Besucher und ganzer Zielgruppen: Recht einfach kann Google unter anderem ihren geografischen Standort erfassen sowie Daten zu ihren verwendeten Clients, Webbrowsern und Betriebssystemen aufführen. Deutlich darüber hinaus geht jedoch, dass Analytics auch demografische Informationen etwa zum Alter und Geschlecht, aber auch zu den individuellen Interessen der Nutzer liefern kann. Auch diese Daten lassen sich wieder eingrenzen, um zum Beispiel ausschließlich bestimmte Anwendergruppen zu untersuchen, die wiederholt die eigene Webseite besuchen.



*Google Analytics ist der Standard, an dem sich Alternativen messen lassen müssen (Abb. 1). Google*

Die Verhaltensberichte führen auf, wie Nutzer mit der analysierten Webseite interagieren. Hierzu zeichnet Google die Seitenaufrufe, Absprungraten und die durchschnittliche Sitzungsdauer auf, speichert ferner das Verhalten der Besucher auf speziellen Seiten und wie sie Suchfunktionen verwenden. Ein Akquisitionsbericht zeigt außerdem die Einstiegspunkte der Nutzer: Darunter fallen die organische und bezahlte Suche sowie soziale Medien, Direktzugriffe und Referral-Webseiten. Für die Visualisierung dieser Daten sind Tools mit an Bord, die den Weg der Besucher - Flow genannt - aufzeichnen. Sie veranschaulichen schnell, woher die Nutzer kommen, wie sie durch die Website navigieren, wie sie gesteckte Ziele erreichen und schließlich die Seite wieder verlassen. Ein Ereignistracking erhebt ferner Daten zu Inhalten der Webseite, die sich schlecht oder nicht über Seitenaufrufe messen lassen. Downloads und die Interaktion mit Multimediaelementen wie Videos fallen hierunter, aber auch Klicks auf externe Links. Bereits deutlich aufwendiger sind die Konversionsberichte, mit denen Verantwortliche verfolgen können, ob die Unternehmensziele erreicht werden. Google hilft zum Beispiel mit Daten zu E-Commerce-Verkäufen und Lead-Generierungen weiter, genauso kann man aber selbst Ziele festlegen. Mehr ins Detail geht das E-Commerce-Tracking: Hier lassen sich Transaktionen verfolgen, damit Unternehmen Einblicke in das Kaufverhalten ihrer Kunden gewinnen können. Zum Beispiel gehören der Umsatz, die durchgeführten Transaktionen und Konversionsraten sowie der durchschnittliche Bestellwert zu den erhobenen Informationen. Google verknüpft Analytics eng mit seinen anderen Diensten, darunter das Ads-Programm, die Search Console und BigQuery. Nutzer erhalten so erweiterte Werbeanalysen, SEO-Einblicke und können die Rohdaten weiterverwenden.

### *Kommerzielle Google-Analytics-Alternativen*

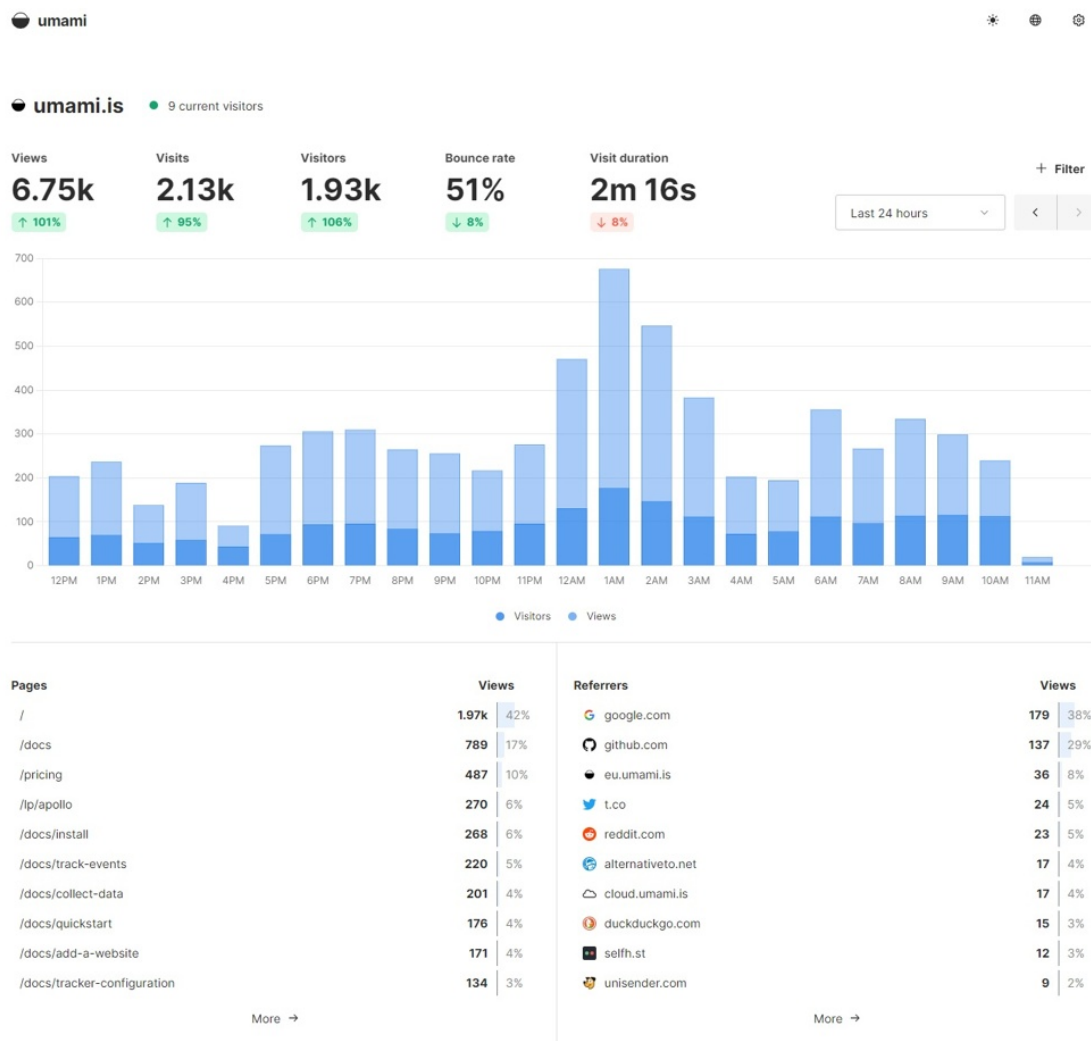
Neben den Open-Source-Projekten wollen auch viele kommerzielle Anbieter neue Kunden durch Googles Datenschutzmisere gewinnen. Größter Konkurrent ist wohl Adobe Analytics, das Teil der Experience Cloud ist. Es richtet sich mit der Analyse von Cross-Channel-Daten und dem Zielgruppenverhalten vor allem an große Unternehmen. Im Hinblick auf die DSGVO bietet Adobe seinen Nutzern einen Leitfaden, der jedoch vorrangig allgemeine Hinweise wie das Einholen des Einverständnisses zur Datenerhebung umfasst. Mixpanel verspricht hingegen DSGVO-Konformität und bezeichnet sich als Event-Analyse-Software. Dahinter versteckt sich ein Tracking, wie Anwender und Nutzergruppen mit den eigenen Produkten interagieren. Entsprechend richtet es sich primär an den E-Commerce-Bereich von Google Analytics und ist kein klassisches Webtracking. Ähnlich ist Heap aufgebaut, das von Entwickler Contentsquare stammt. In Sachen DSGVO belässt es der Anbieter bei einem kurzen Leitfaden. Als Datenhub ist Segment vorgesehen, insbesondere das Produkt Connections. Die Software sammelt Informationen der Kunden aus zum Beispiel internen und externen Anwendungen und bereitet sie in unterschiedlichen Kategorien wie Seitenaufrufen auf. Diese Daten lassen sich anschließend in beliebigen Programmen auswerten. Segment

bietet außerdem Protocol zur qualitativen Datenaufbereitung und Unify für die Datenauswertung von Kunden in Echtzeit an. Entwickler Twilio bietet einen umfassenden DSGVO-Bereich an, inklusive Leitfaden, Support und Zertifizierungen. DSGVO-Konformität und Achtung der Privatsphäre hat sich Clicky ganz oben auf die Fahnen geschrieben. Ansonsten handelt es sich um ein klassisches Webtracking in Echtzeit mit den üblichen Statistiken zu Besuchern, Seiten und Aktionen, angereichert um technischere Bereiche wie Ad-Blocker-Tracking, Security-Logging und Uptime-Monitoring. Ziemlich ähnlich ist GoSquared aufgebaut. Schließlich gibt es mit Crazy Egg, Hotjar und Pendo noch Anwendungen, die primär Entwicklern dabei helfen sollen, ihre Webseiten zu optimieren. Nutzer können zum Beispiel verfolgen, wie Besucher durch die Seiten navigieren, Heatmaps und Aufzeichnungen inklusive. Alle drei Anbieter werben damit, DSGVO-konform zu sein.

Freie Alternativen zu Google Analytics müssen sich also in diesen wichtigen Bereichen beweisen - wobei nicht alle Nutzer sämtliche Funktionen benötigen. Insbesondere die E-Commerce-Features und die Verknüpfung mit anderen Google-Diensten fallen hierunter. Zum Vergleich sind die aufgeführten Open-Source-Projekte nach ihrer Beliebtheit auf GitHub aufgelistet. Die Unterschiede hierbei sind enorm: Neben Platzhirschen wie Umami, PostHog, Plausible Analytics, Matomo und GoAccess beschreiben wir in diesem Artikel auch Fathom, Ackee, Open Web Analytics, Counter, Litlyx, AWStats, Medama Analytics und Swetrix. Nicht alle diese Werkzeuge bezeichnen sich als explizite Google-Analytics-Konkurrenten, allerdings können Unternehmen sie wenigstens in ausgewählten Bereichen als solche einsetzen.

## Umami

Als simple, schnelle und die Privatsphäre achtende Alternative zu Google Analytics beschreibt sich Umami. Dabei gibt es für Nutzer etliche Funktionen: So lassen sich Informationen zu den Besuchern der Webseite erheben, inklusive weiterer Daten zum eingesetzten Client, Browser und Betriebssystem. Hinzu kommen auch hier geografische Informationen zum Standort, unterteilt in Stadt, Region und Land. Auch demografische Daten wie die Sprache erfasst Umami. Die Bounce-Rate und die Herkunft der Benutzer einer Webseite kommen ebenfalls hinzu, auf Wunsch lässt sich der komplette Weg der Anwender detailliert verfolgen. All diese Informationen zeigt das Dashboard als Webanwendung (siehe Abbildung 2) in Echtzeit, mit Filtern können Verantwortliche die Analyse verfeinern. Ziele für Kampagnen lassen sich per UTM-Parameter ebenfalls festlegen und die Ergebnisse kann man mit vorhergehenden Zahlen vergleichen. Einzelne Analysen lassen sich per Link mit anderen Mitarbeitern teilen, zudem kann Umami Reports erzeugen.

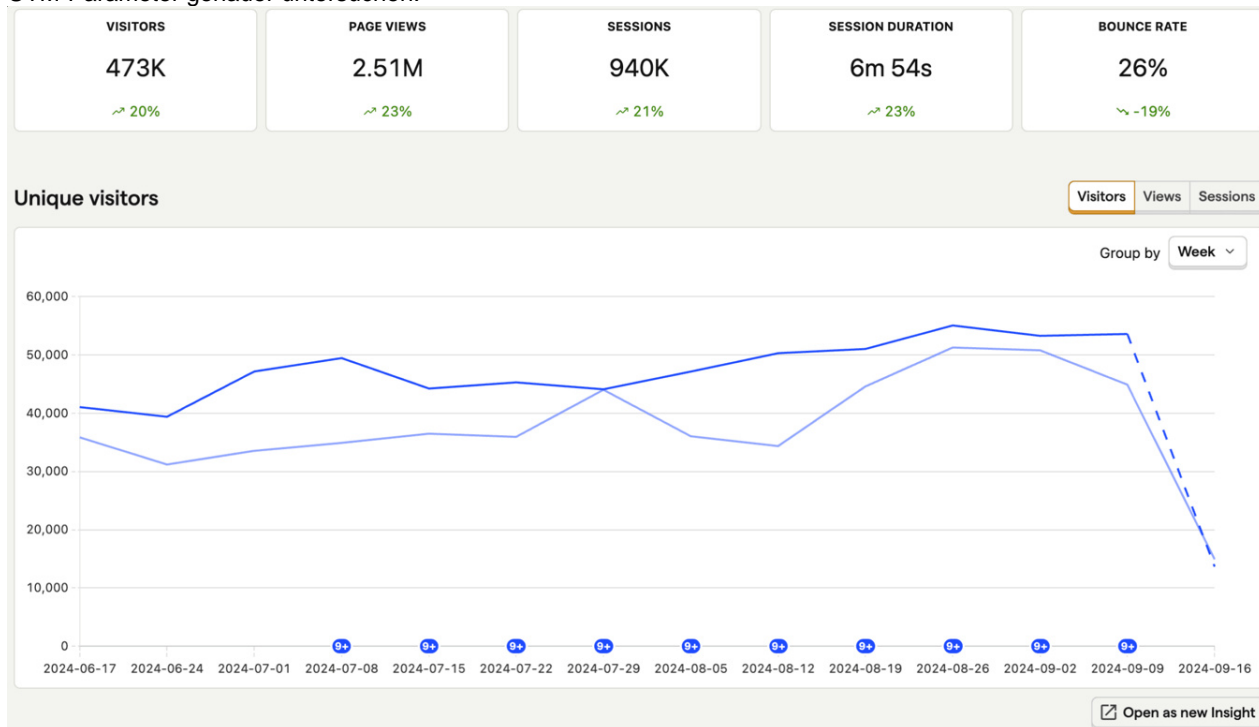


*Klassisches Webtracking: Umami dürfte für viele Nutzer die passendste Alternative sein (Abb. 2). Umami Software, Inc.*

Das Projekt wirbt damit, dass es komplett DSGVO-konform ist. Alle Daten der Besucher anonymisiert die Software, Cookies und somit Cookiebanner setzt sie nicht ein. Stattdessen genügt ein JavaScript-Snippet, das in den HTML-Header der überwachten Webseite kommt. Die erhobenen Daten verbleiben im eigenen Rechenzentrum oder lassen sich bei Einsatz der Cloud-Version jederzeit exportieren. Bei letzterer handelt es sich um eine vollständig von den Entwicklern betriebene SaaS, deren Preise sich in erster Linie nach den erfassten Events richten. Eine für Testzwecke geeignete Variante ist kostenlos. Für den Eigenbetrieb gibt es eine detaillierte Anleitung, wobei die Voraussetzungen und die erste Konfiguration simpel sind.

## PostHog

Deutlich umfangreicher ist PostHog, denn die Software eignet sich nicht nur zur Web-, sondern zur kompletten Produktanalyse. Dennoch sind für den hier relevanten Bereich alle wichtigen Features mit an Bord: Auf einen Blick können Verantwortliche im Web-Dashboard (siehe Abbildung 3) verfolgen, wie viele Besucher sie haben, wie sich die Views entwickeln, wie lange Nutzer auf der Seite bleiben, woher sie kommen und wohin sie wieder verschwinden. Detaillierter lassen sich Informationen zur Herkunft und zu den eingesetzten Clients erfassen. Einzelne Kampagnen kann man per UTM-Parameter genauer untersuchen.



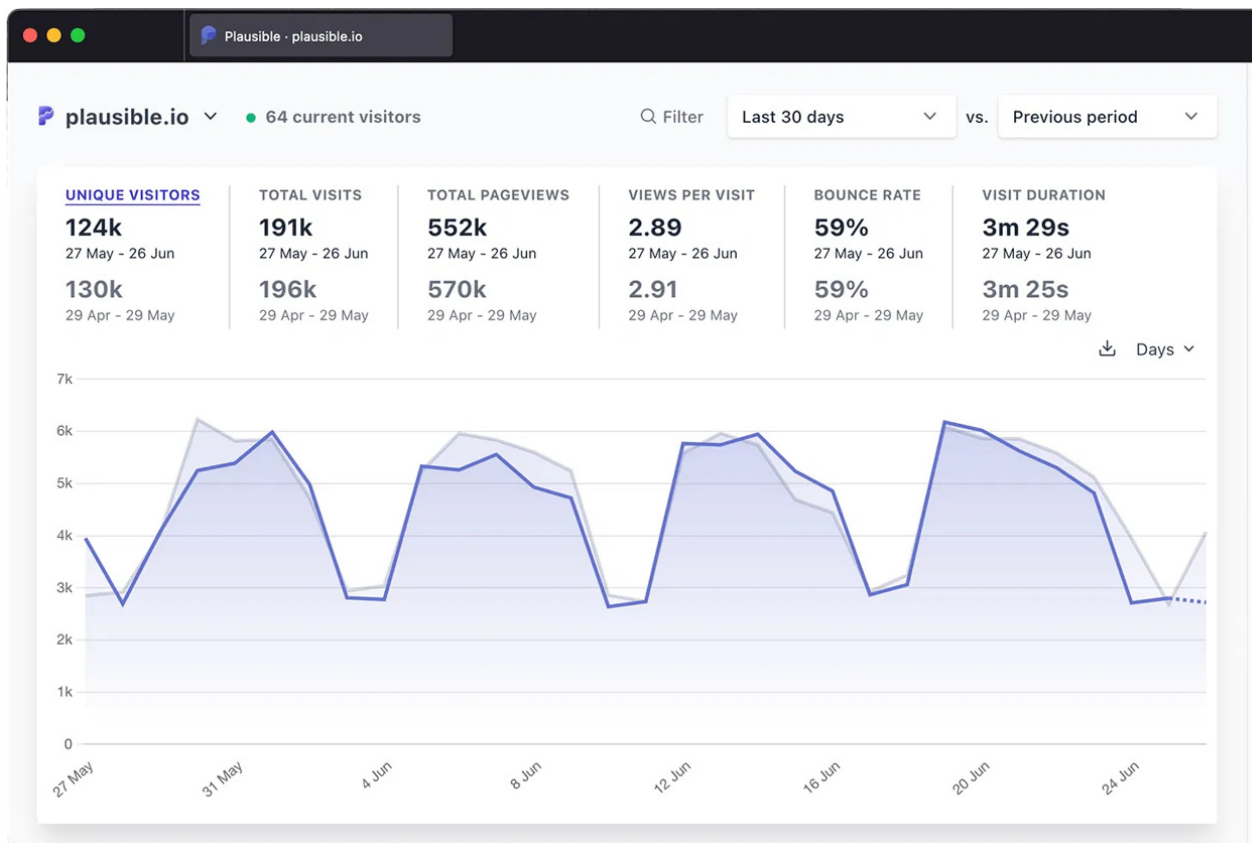
*Offiziell sind die Webanalysen in PostHog erst seit Kurzem bereit für den produktiven Einsatz. Das Paket bietet aber umfangreiche Funktionen, die deutlich übers Tracking hinausgehen (Abb. 3). PostHog, Inc.*

Eine Weile fand sich neben dem Reiter zur Webanalyse des Dashboards aber noch eine Einschränkung: Sie befand sich in einer Beta. Das liegt daran, dass PostHog seine dedizierte Webanalyse erst im September 2024 als fertiges Release veröffentlicht hat. Allerdings gibt es in dem umfangreichen Projekt bereits viele weiterführende Funktionen, um zum Beispiel Filter zu Personen und Gruppen anzulegen. Nur weil sie sich nicht explizit in der neuen Webanalyse finden, heißt das also nicht, dass sich solche Google-Analytics-Features nicht doch mit PostHog umsetzen lassen. Auf der Projektseite gibt es hierzu viele Tutorials. Auch bei PostHog muss man keine Cookies und Cookiebanner einsetzen. Komplizierter sieht es jedoch beim kommerziellen Einsatz aus: Der Eigenbetrieb ist nur für Hobbyinstanzen gedacht, Unternehmen sollen stattdessen die SaaS aus der Cloud beziehen. Allerdings gibt es eine gerade für KMUs geeignete kostenlose Lizenz, die gegenüber den auf Nutzungsbasis abgerechneten Varianten vor allem bei der maximalen Menge der erfassten Daten eingeschränkt ist. Manche Funktionen wie Analysen von Personen und Gruppen sind jedoch kostenpflichtige Erweiterungen. PostHog wirbt ebenfalls mit voller DSGVO-Konformität.

## Plausible

Als besonders leichtgewichtige Alternative bietet sich Plausible an: Mit einem Skript, das weniger als 1 KByte groß ist, können Betreiber die Performance ihrer Webseite deutlich verbessern - um den Faktor 75 laut den Entwicklern. Außerdem wirbt das Projekt mit dem simplen Aufbau der Software, die mit wenigen Klicks die essenziellen Daten ohne umständliche Suchen in Untermenüs liefern will. Auf einen Blick können Nutzer die Anzahl der Besucher, deren Visits und Views, Bounce-Rate und Verweildauer einsehen. Filter zum Mess- und Vergleichszeitraum und eine passend grafisch aufbereitete Statistik finden sich oben im Dashboard (siehe Abbildung 4). Zwei Kästen hierunter zur Herkunft der Besucher - also Links von externen und internen Quellen - sowie zu den beliebtesten eigenen Seiten runden die erhobenen Informationen ab. Für die meisten Anwender genügt das laut Plausible.



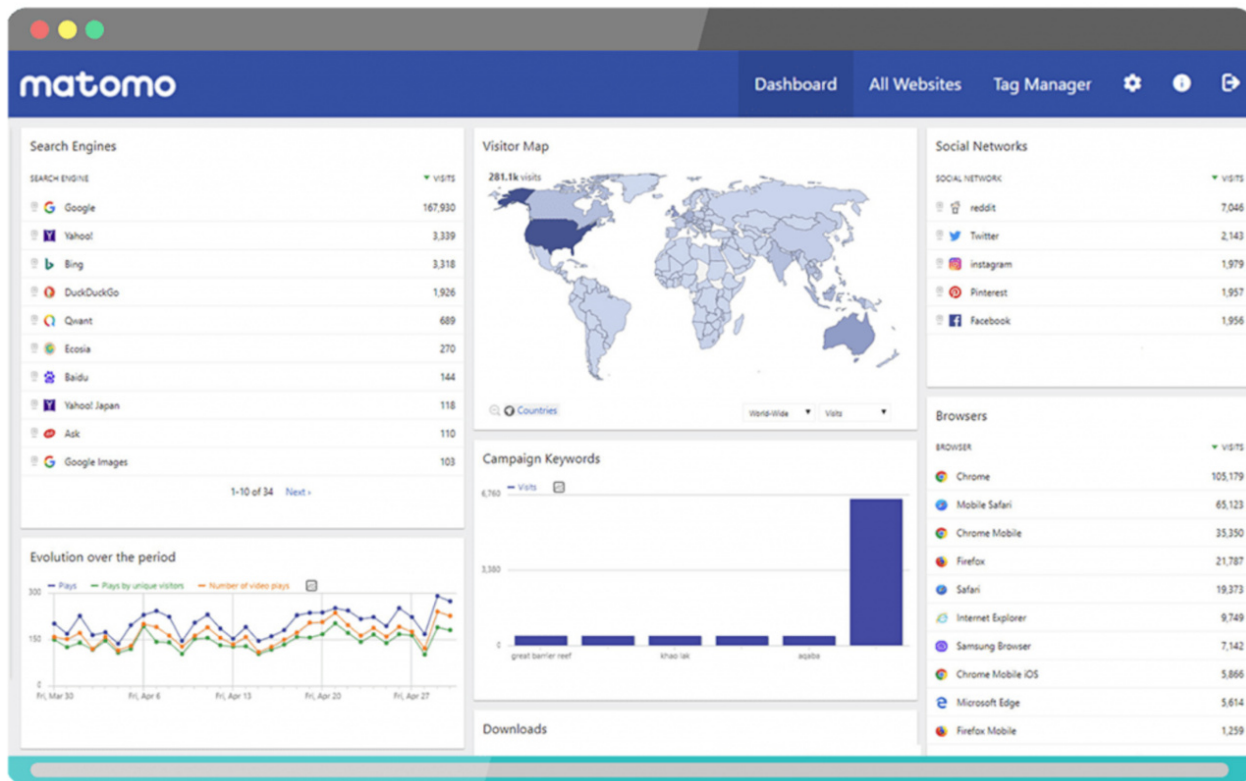


*Leichtgewichtig statt Featuritis: Plausible will bei Nutzern punkten, die viele der Google-Analytics-Funktionen gar nicht brauchen (Abb. 4). Plausible Analytics*

Entsprechend gibt es viele der bei Google Analytics erhobenen Daten bei Plausible nicht. Die Entwickler bezeichnen das als Vorteil, denn nicht nur verlieren sich die Nutzer so nicht in den Tiefen der Analyse, sondern Administratoren sollen zudem einiges an Konfigurationsaufwand sparen - das ab Werk ausgelieferte Dashboard soll genügen. Allerdings hält Plausible dann doch noch zusätzliche Informationen bereit: Mit einem Klick auf Details liefert die Software weitere Daten zu den Quellen der Besucher, hier lassen sich ebenfalls eigene Events und Ziele definieren und anschließend auf ihren Erfolg untersuchen. Ein paar Informationen zum geografischen Standort, eingesetzten Client und Browser sind ebenfalls unten im Dashboard aufgeführt. Cookies und Cookiebanner sind nicht nötig, DSGVO-Konformität ist ebenfalls gegeben. Eine Community Edition lässt sich selbst betreiben, Plausible bietet aber ebenfalls eine kostenpflichtige SaaS aus der Cloud an. Letztere umfasst mehrere Premium-Funktionen, vor allem fürs Marketing- und E-Commerce-Tracking.

## Matomo

Umfangreicher ist Matomo, denn das Werkzeug erhebt die Daten in allen Details und bereitet sie auf Wunsch ebenso umfangreich auf. Den Start machen natürlich die Besucher, wobei die Software auch die Herkunft sowie eingesetzte Clients und Browser aufführt (siehe Abbildung 5). In einer eigenen Ansicht zum Verhalten arbeitet Matomo den Weg der Anwender durch die Webseite grafisch auf, auch zum Einstieg gibt es ausführliche Tabellen. Genauso lässt sich feststellen, welche Nutzergruppe am meisten Interaktionen verspricht und somit am wichtigsten fürs Geschäft ist. Dazu passt auch eine eigene Ansicht zur Marketing-Attribution, mit der Verantwortliche ihre Werbebudgets auf die wichtigsten Kundenkontaktpunkte auf ihrer Webseite konzentrieren können. Hinzu kommt ein eigenes E-Commerce-Dashboard, das detaillierte Informationen zu Besuchern und Gruppen aufführt und sie mit den Produkten korreliert.



Klassisches und umfangreiches Webtracking liefert Matomo, das auch E-Commerce-Features bietet (Abb. 5).

[matomo.org](https://matomo.org)

Noch tiefer steigen die Heatmaps ein: Sie zeigen, wo Nutzer am meisten klicken und scrollen. Genügt das nicht, kann Matomo die Sessions von Besuchern aufzeichnen. Entwickler können so ihr Websitedesign mit der Realität konfrontieren. Hinzu kommen viele auch von Google Analytics bekannte Funktionen wie das Tracking eigener Ziele und Kampagnen, eigene Variablen, exportierte Reports, die Analyse von Multimediainhalten und vieles mehr. Auch aufgrund des Umfangs lassen sich die nötigen Trackingcodes über einen grafischen Manager erstellen. Als Open-Source-Software lässt sich Matomo selbst betreiben, genauso bieten die Entwickler aber eine kostenpflichtige SaaS-Option an. Der On-Premises-Variante fehlt der Matomo Marketplace, über den sich individuelle Features nachrüsten lassen. Alle Analyse-Cookies lassen sich auf Wunsch abstellen, allerdings gibt es dann Einschränkungen bei der Genauigkeit der Datenerhebung. Eine eigene Seite erklärt die DSGVO-Konformität von Matomo. Für Umsteiger besonders interessant ist außerdem die Importfunktion von Google Analytics: Die Software verspricht eine vergleichsweise umfangreiche Kompatibilität mit der großen Konkurrenz, allerdings lassen sich nicht alle Funktionen und Daten mitnehmen.

## GoAccess

Komplett andere Nutzer spricht GoAccess an, denn es handelt sich um ein Webloganalysewerkzeug, das für die technische Seite gedacht ist. In Echtzeit lässt sich nicht nur die Anzahl der Besucher, sondern vor allem auch die Performance der Website nachvollziehen. Die Daten kann die Software unter anderem direkt von Apache, nginx, Amazon S3, Elastic Load Balancing und CloudFront beziehen, genauso lassen sich aber eigene Formate einbinden. Exportieren lassen sich die Reports nicht nur als HTML, sondern ebenfalls im JSON- und CSV-Format, damit sich die Informationen leicht in anderen Anwendungen weiterverwenden lassen. Das Dashboard führt insbesondere auf, wie lange es braucht, bis angeforderte Seiten und Webanwendungen beim Besucher eintreffen. Ferner zeigt GoAccess, wie viel Bandbreite welche Bestandteile der Webseite benötigen. Administratoren und Entwickler können so Optimierungen gezielt vornehmen und die Auswirkungen nachvollziehen. Letzteres geht nicht nur wie üblich über ein HTML-Dashboard, sondern auch im Terminal: Hier aktualisiert die Software die eingehenden Daten sogar alle 200 Millisekunden statt jede Sekunde (siehe Abbildung 6).

Dashboard - Overall Analyzed Requests (01/Apr/2016 - 29/May/2016)

[Active Panel: Visitors]

Total Requests1037278Unique Visitors109882Requested Files100815Referrers8885Valid Requests1035136Init. Proc. Time13sStatic Files8310Log Size256.20 MiBFailed Requests2142Excl. IP Hits0Not Found5288Tx. Amount11.75 GiBLog Source/var/log/apache/access.log

> 1 - Unique visitors per day - Including spiders

Total: 59/59

Hits	h% Vis.	v% Tx.	Amount	Avg. T.S.	Cum. T.S.	Max. T.S.	Data
6742	0.65%	747	0.68%	92.32 MiB	395.64 ms	44.46 mn	1.16 mn 29/May/2016
13135	1.27%	1300	1.18%	112.65 MiB	506.93 ms	1.85 hr	53.63 s 28/May/2016
13196	1.27%	1422	1.29%	142.87 MiB	700.92 ms	2.57 hr	5.00 mn 27/May/2016
16216	1.57%	1651	1.50%	184.25 MiB	744.51 ms	3.35 hr	5.02 mn 26/May/2016
16035	1.55%	1518	1.38%	190.14 MiB	707.40 ms	3.15 hr	5.01 mn 25/May/2016
17268	1.67%	1487	1.35%	197.23 MiB	657.52 ms	3.15 hr	5.16 mn 24/May/2016
17796	1.72%	1747	1.59%	196.21 MiB	683.43 ms	3.38 hr	5.05 mn 23/May/2016

2 - Requested Files (URLs)

Total: 366/100815

Hits	h% Vis.	v% Tx.	Amount	Avg. T.S.	Cum. T.S.	Max. T.S.	Mtd	Proto	Data
58925	5.69%	23908	21.76%	292.08 MiB	958.41 ms	15.69 hr	15.62 s	GET	HTTP/1.1 /
12591	1.22%	11336	10.32%	30.84 MiB	618.00 us	7.78 s	13.82 ms	GET	HTTP/1.1 /css/style.css?1416835880
16482	1.59%	9920	9.03%	46.62 MiB	1.89 ms	31.18 s	42.02 ms	GET	HTTP/1.1 /captcha.mod.php
9178	0.89%	4439	4.04%	36.23 MiB	4.82 ms	44.27 s	27.57 ms	GET	HTTP/1.1 /obituaries.php
4310	0.42%	3995	3.64%	15.77 MiB	2.00 ms	8.64 s	3.59 ms	GET	HTTP/1.1 /css/style.css?2011082301
7985	0.77%	3569	3.25%	57.79 MiB	873.74 ms	1.94 hr	6.13 s	GET	HTTP/1.0 /
2884	0.28%	2534	2.31%	10.53 MiB	4.67 ms	13.48 s	8.38 ms	GET	HTTP/1.1 /obituaries.php?cid=892

3 - Static Requests

Total: 366/8310

Für die technische Analyse: Webadministratoren können mit GoAccess wichtige Performedaten ihrer Dienste überwachen (Abb. 6). GoAccess

GoAccess läuft ausschließlich auf Unix und Linux; die Installation und Konfiguration ist simpel, einzige Abhängigkeit ist ncurses. Eine SaaS-Variante existiert nicht. Zudem stellt sich die Frage der DSGVO-Konformität und der Cookies nicht - die Software ist ausschließlich für technische Analysen der eigenen Webseite gedacht.

## Fathom und Ackee

In die Kategorie der freien Google-Analytics-Alternativen fällt nur Fathom Lite, denn ausschließlich die abgespeckte Variante ist als Open-Source-Software verfügbar. Hinzu kommt: Die Entwickler erweitern den Funktionsumfang nicht mehr, wollen aber auch langfristig Bugfixes veröffentlichen. Und auch wenn die Software bei manchen Nutzern noch immer beliebt ist, stammt das letzte Update vom Januar 2023. Zwar bietet Fathom Lite durchaus fürs grundlegende Websitetracking passende Funktionen, aufgrund dieser Einschränkungen sind jedoch die anderen vorgestellten Werkzeuge vorzuziehen. Auch für Ackee gilt, dass die letzte Aktualisierung des freien Tools schon zu lange her ist: Ende 2022 wurde das letzte Update veröffentlicht. Selbst wenn die Eckdaten wie der konsequente Eigenbetrieb durch die Nutzer, ein leichtgewichtiges Backend und minimalistisches GUI sowie die Konzentration auf die wichtigsten Funktionen interessant klingen: Unternehmen sollten auf eines der aktiver entwickelten Projekte setzen.

Freie Google-Analytics-Alternativen					
Name <sup>1</sup>	Umami	PostHog	Plausible	Matomo	GoAccess
Lizenz	MIT	MIT Expat und PostHog Enterprise	AGPLv3	GPLv3	MIT
on Premises		- / ? (Hobbyinstanz)	- / ? (Community Edition)		
Cloud					
Preis/Monat	Hobby 0 \$, Pro 20 \$, Enterprise <sup>2</sup>	gratis, nutzungsbasiert: ab 0 \$, Enterprise <sup>2</sup>	Traffic-basiert: Growth 9 Euro, Business 19 Euro, Enterprise <sup>2</sup>	Traffic-basiert: ab 22 Euro, Enterprise <sup>2</sup>	
	simple, schnelle,	umfangreiche	simple und besonders	DSGVO-konforme und freie	Open-S

Ausrichtung	leichtgewichtige GA-Alternative	Web- und Datenanalyse	leichtgewichtige Google-Analytics-Alternative	Google-Analytics-Alternative	für Adm
Webseite	umami.is	posthog.com	plausible.io	matomo.org	goacce:
<sup>1</sup> sortiert nach GitHub-Beliebtheit, ausschließlich aktive Projekte; <sup>2</sup> individueller Preis					

## Open Web Analytics

Als?Open-Source-Web-Analytics-Software-Framework beschreibt sich Open Web Analytics (OWA). In erster Linie handelt es sich um eine Alternative zu Google Analytics, es lassen sich also unter anderem die Anzahl und Herkunft der Besucher, Seitenaufrufe, E-Commerce-Aktionen und selbst definierte Events verfolgen. Mit an Bord im Dashboard sind neben den üblichen Statistiken auch Heatmaps und Session-Aufzeichnungen. Letzteres geschieht anonym. Eine Cloud-Version existiert nicht, ausschließlich der Eigenbetrieb ist vorgesehen. Bei Bedarf lässt sich OWA auch direkt mit WordPress- oder MediaWiki-Seiten via Plug-in einsetzen; andere Websites lassen sich über JavaScript- oder PHP-APIs einbinden. Was OWA von vielen anderen Werkzeugen unterscheidet, sind die umfangreichen Konfigurationsoptionen. Welche Daten ein Nutzer wie aufzeichnen will, ist ihm selbst überlassen - und setzt Kenntnisse der Webprogrammierung voraus. Allerdings führt das Wiki in all diese Einstellungen ein und führt durch die Installation, Einrichtung der Tracker sowie das Entwickeln eigener Module.

## Counter

Unter den kleineren Open-Source-Projekten sticht Counter mit ausschließlich aggregierten Daten hervor: Es lassen sich keine individuellen Besucher tracken. Das geschieht nicht nur aus Datenschutzgründen: So sinken auch die Anforderungen an das Backend. Und auch sonst konzentriert sich die Software auf die grundlegenden Features - bietet allerdings keine gute Übersicht hierzu im Vergleich zur Konkurrenz. Hinzu kommt, dass Nutzer die Cloud-Version verwenden und hierfür langfristig auch zahlen sollen. Eine On-Premises-Version existiert, befindet sich aber in einer Beta.

## Litlyx

Primär für Entwickler ist Litlyx gedacht? - ähnlich wie OWA setzt das Werkzeug voraus, dass die Nutzer mit Code umgehen können. Oder zumindest einige: Das Dashboard setzt voll auf einen KI-Assistenten, der Fragen wie "Wie viele Besucher hatte die Webseite letzte Woche?" beantworten kann. Das Projekt ist noch jung, Teile der Dokumentation fehlen noch vollständig. Wer die Software ausprobieren will, kann sie per Docker-Container selbst betreiben oder im SaaS-Abonnement beziehen.

## AWStats

Ebenfalls als Loganalysesoftware geht AWStats an den Start - und kann nicht nur Web-, sondern auch Streaming-, FTP- und E-Mail-Server-Daten aufbereiten. Der Name hat nichts mit dem Cloud-Riesen AWS zu tun, sondern steht für Advanced Web Statistics. Und Advanced gibt den richtigen Ton an, denn neben den üblichen Informationen zur Anzahl der Besucher, ihrer Verweildauer und Herkunft sowie Zahlen zu den einzelnen Unterseiten lassen sich auch speziellere Einsichten zum Beispiel zu HTTP-Fehlern, hinzugefügten Lesezeichen und den von den Nutzern verwendeten Schlagwörtern bei Suchmaschinen erfassen. Die Liste der meist ausgesprochen technischen Features ist lang und lässt sich zudem noch erweitern. Als klassische Open-Source-Software gibt es AWStats ausschließlich für den Eigenbetrieb.

## Medama

Wieder als herkömmliche Google-Analytics-Alternative bietet sich Medama an. Dabei will das Projekt zum einen mit einer leichtgewichtigen Software und zum anderen mit einem expliziten Datenschutzansatz punkten. Entsprechend lassen sich viele Daten der Nutzer wie deren IP-Adressen und darauf aufbauende Informationen nicht erfassen - den geografischen Standort des Besuchers schätzt Medama zum Beispiel stattdessen auf Basis der im Browser eingestellten Zeitzone ein. Cookies kommen natürlich auch nicht zum Einsatz. Das Dashboard bietet dennoch die grundlegenden Zahlen zu den Anwendern, zusätzlich lassen sich eigene Events hinzufügen. Die Open-Source-Software können Interessierte ausschließlich auf dem eigenen Server installieren, aus der Cloud gibt es lediglich eine Demo.

## Swetrix

In die gleiche Richtung geht Swetrix, denn auch hier stehen eine leichtgewichtige Software und ein Privacy-First-Ansatz auf dem Programm. Ein besonderer Fokus ist der E-Commerce-Bereich, denn Kunden sollen eigene Events besonders leicht einrichten und so verfolgen können, welche Trends es im eigenen Shop gibt. Mit UTM-Parametern (Urchin Traffic Monitor - URL-Parameter fürs Onlinemarketing) lässt sich der Erfolg von zum Beispiel Werbeanzeigen oder E-Mail-Newslettern nachvollziehen. Verknüpfungen mit anderen Plattformen wie WordPress sind ebenfalls vorhanden. Darüber hinaus kann Swetrix Daten zur technischen Performance der Webseite erheben - hierzu gehören zum Beispiel die durchschnittlichen Ladezeiten, aber auch unterschiedliche Browser und Geoinformationen. Neben dem On-Premises-Betrieb bieten die Entwickler eine Cloud-Version an, abgerechnet nach Events im Monat.

## Fazit

An Alternativen zum Platzhirsch Google Analytics herrscht kein Mangel - die Auswahl kann überwältigend wirken. Allerdings unterscheidet sich die Ausrichtung vieler Projekte deutlich, vom Komplettpaket bis zur Nischensoftware ist alles dabei. Praktisch ist zudem, dass der Open-Source-Bereich den Vergleich zu den kommerziellen Anbietern in keinsten Weise scheuen muss. Es gibt nicht nur ausgereifte Programme, genauso haben sich Cloud-Optionen zum einfachen Betrieb durchgesetzt. Der Eigenbetrieb ist aber meist trotzdem möglich. Und dass professioneller Support buchbar ist, gehört schon lange zum Standard. Spezialisierte Tools wie GoAccess oder AWStats stellen hier die Ausnahme dar.




*Moritz Förster*

<b>Quelle:</b>	iX Heft 11/2024, S. 84-91
<b>ISSN:</b>	0935-9680
<b>Ressort:</b>	Report
<b>Rubrik:</b>	Webtacking
<b>Dokumentnummer:</b>	2328912414522387765

**Dauerhafte Adresse des Dokuments:**

[https://www.wiso-net.de/document/IX\\_6585fb63b3e5cf48756624e71d7389af084014dd](https://www.wiso-net.de/document/IX_6585fb63b3e5cf48756624e71d7389af084014dd)

Alle Rechte vorbehalten: (c) Heise Zeitschriften Verlag GmbH & Co KG

 © GBI-Genios Deutsche Wirtschaftsdatenbank GmbH