

Matomo als sinnvolle Tracking-Alternative zu Google Analytics

Die Erfassung und Auswertung des Nutzerverhaltens auf Websites und in Online-Shops ist eine wesentliche Grundlage für die effiziente und effektive Planung, Durchführung und Erfolgskontrolle von Online-Marketing-Maßnahmen. Viele Betreiber von Online-Präsenzen haben in der Vergangenheit zu diesem Zweck auf die Dienste von Google mit dem kostenlosen Tracking-Tool Google Analytics vertraut.

Mit zunehmender Relevanz datenschutzrechtlicher Aspekte sowie grundlegenden Änderungen am Tool selbst im Zuge der Umstellung der Tracking-Logik von Google Analytics Universal Analytics auf Google Analytics 4 ist es jedoch angebracht, über den Tellerrand der Google-Welt hinauszublicken und datenschutzrechtlich unbedenkliche Alternativen zu Google Analytics in Betracht zu ziehen. Mit Matomo Analytics steht Website-Betreibern eine solche Alternative zur Verfügung, die einen ähnlichen Funktionsumfang wie Google Analytics bietet und sich zudem in der Konfiguration und Bedienung an der seit Jahren bewährten Google-Analytics-Oberfläche Universal Analytics orientiert.

Was ist Matomo?

Matomo Analytics ist eine Open-Source-Webanalyse-Plattform, die entwickelt wurde, um Website-Betreibern dabei zu helfen, das Verhalten ihrer Besucher zu verstehen und die Leistung ihrer Website zu verbessern. Es bietet ähnliche Funktionen wie Google Analytics, hat jedoch den Vorteil, dass es vollständig unter der Kontrolle des Website-Betreibers steht und die Daten auf der eigenen Infrastruktur gespeichert werden können.

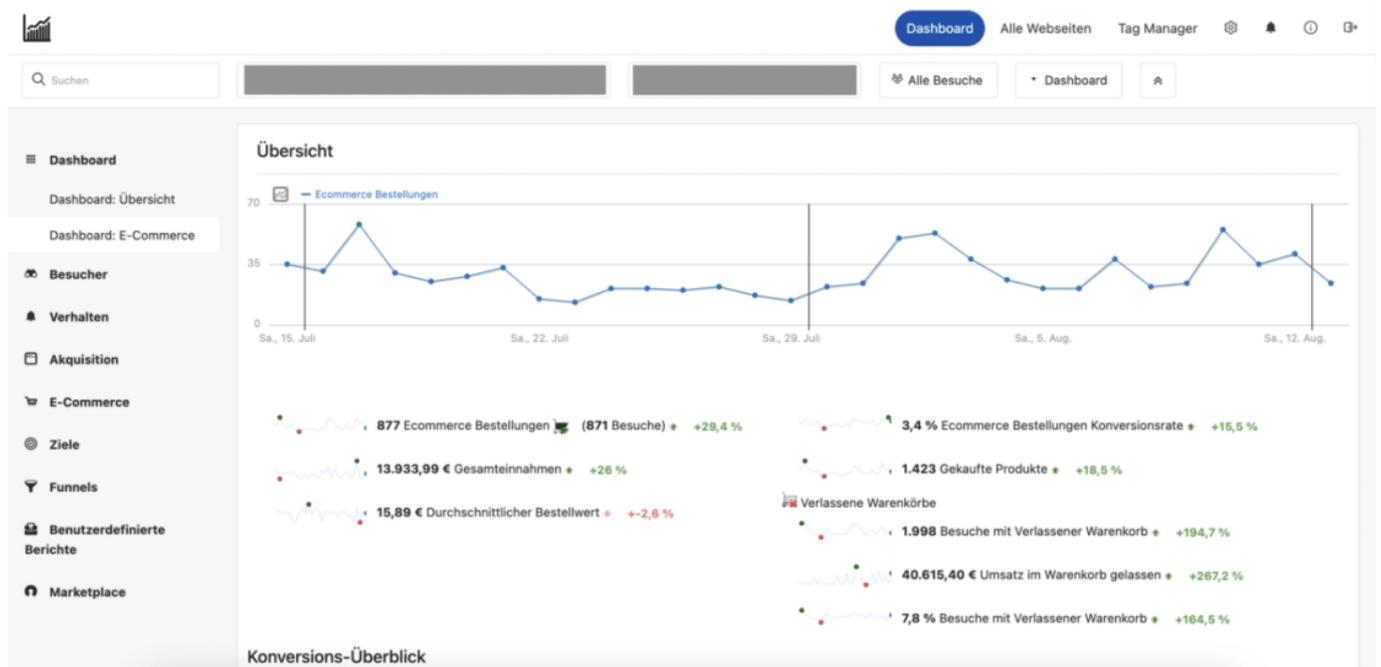
Die erste Version von Matomo wurde bereits 2008 unter dem Namen Piwik veröffentlicht. Es folgten kontinuierliche Verbesserungen, bis sich das Projekt 2018 aufspaltete. Seitdem ist die kostenlose Open-Source-Variante unter dem Namen Matomo bekannt, während unter dem Namen Piwik Pro eine (ab einem gewissen monatlichem Tracking-Umfang) kostenpflichtige Version verfügbar ist, deren Funktionsumfang sich vor allem an größere Unternehmen richtet.

Wie funktioniert Matomo?

Matomo unterscheidet sich in seiner Funktionalität nicht wesentlich von anderen Tracking-Diensten wie Google Analytics. Das Tool wird in der Regel über ein JavaScript-Code-Snippet auf der Website installiert und erfasst standardmäßig alle Seitenaufrufe inklusive der dabei übermittelten Informationen wie aufgerufene Unterseiten, Traffic-Quellen (d. h. ob der Nutzer über die organische Google-Suche,

eine bezahlte Anzeige oder andere Wege auf die Website gelangt ist) sowie einige Hintergrundinformationen zum Nutzer wie z. B. verwendeter Browser und Betriebssystem, Bildschirmauflösung, ungefähre geografische Position und andere technisch auslesbare Aspekte.

Weitere Nutzerinteraktionen wie Klicks auf klickbare E-Mail-Adressen und Telefonnummern, erfolgreich abgeschickte Formulare sowie E-Commerce-Interaktionen wie Produktdetailansichten, in den Warenkorb gelegte Produkte und Bestellungen inklusive Umsatz können über Erweiterungen der Standard-Tracking-Implementierung erfasst werden. Für eine aufwandsarme Administration der Implementierung steht wie im Google-Ökosystem ein Tag Manager zur Verfügung.



Die Benutzeroberfläche von Matomo Analytics

Matomo Analytics kann sowohl auf einem eigenen Tracking-Server als auch in der kostenpflichtigen Matomo Cloud betrieben werden. Der Betrieb eines eigenen Tracking-Servers bietet den entscheidenden Vorteil, dass man als Website-Betreiber die Tracking-Daten nicht aus der Hand gibt, sondern die volle Kontrolle darüber hat, wo die Daten gespeichert werden, wer darauf zugreifen kann und mit welchen Diensten sie geteilt werden. Damit wird einem der wichtigsten datenschutzrechtlichen

Aspekte Rechnung getragen, denn ein Hauptkritikpunkt an Google Analytics ist, dass die Daten an einen Konzern übermittelt werden, der seinen Sitz in einem Land außerhalb der Europäischen Union hat, welches kein mit der EU vergleichbares Datenschutzniveau gewährleistet.

Darüber hinaus ist es bei Google Analytics aufgrund intransparenter Dienstverflechtungen im Hintergrund faktisch nicht möglich, den Nutzer umfassend und in leicht verständlicher Sprache über die Datenverarbeitungs- und Speichersituation zu informieren. Zudem ist man bei der Verwendung eines eigenen Tracking-Servers nicht den willkürlichen Entscheidungen des Tracking-Tool-Anbieters ausgeliefert, was die Speicherfristen der Tracking-Daten, die Datenauswahl in Reporting-Ansichten sowie die Exportmöglichkeiten betrifft.

Kann Matomo erweitert werden?

Matomo bietet in der Standardinstallation ähnliche Reporting-Ansichten wie Google Analytics in der Version Universal Analytics. Zur Erweiterung des Funktionsumfangs stehen eine Vielzahl von kostenlosen und kostenpflichtigen Plugins zur Verfügung, die bequem über den Matomo Market Place bezogen und im Matomo Backend installiert werden können. Dazu gehören z. B.:

- [Custom Reports](#): Erstellung individueller Reporting-Ansichten
- [Search Engine Keyword Performance](#): Import von Daten aus der Google Search Console, Bing Webmaster Tools, Yahoo und Yandex
- [Funnels](#): Auswertung von Bestellstrecken, Anmeldeprozessen usw.

Discover new functionality for your Matomo

<p>Premium Bundle</p>  <p>All premium features in one bundle, make the most out of your Matomo and enjoy discounts of up to 45%! Try now for free.</p> <p>From 1499€/year Save from 1124€</p>	<p>Multi Channel Conversion Attribution</p> <p>Get a clear understanding of how much credit each of your marketing channel is actually responsible for to shift your marketing efforts wisely. Try now for free.</p> <p>From 79€/year</p>	<p>Search Engine Keywords Performance</p> <p>All keywords searched by your users on search engines are now visible into your Referrers reports! The ultimate solution to 'Keyword not defined'. Try now for free.</p> <p>From 139€/year</p>
--	--	--

Der Matomo Marketplace bietet eine Vielzahl ein kostenfreien und kostenpflichtigen Erweiterungen für Matomo Analytics

Aufgrund der Open-Source-Architektur steht es zudem jedem frei, selbst ein Plugin zu entwickeln und die benötigten Funktionen nachzurüsten. Matomo zeigt sich damit deutlich flexibler als andere Tracking-Tools, gleichzeitig fehlen aber grundlegende Funktionen wie die Erstellung individueller Reports, die über ein kostenpflichtiges Plugin nachgerüstet werden müssen.

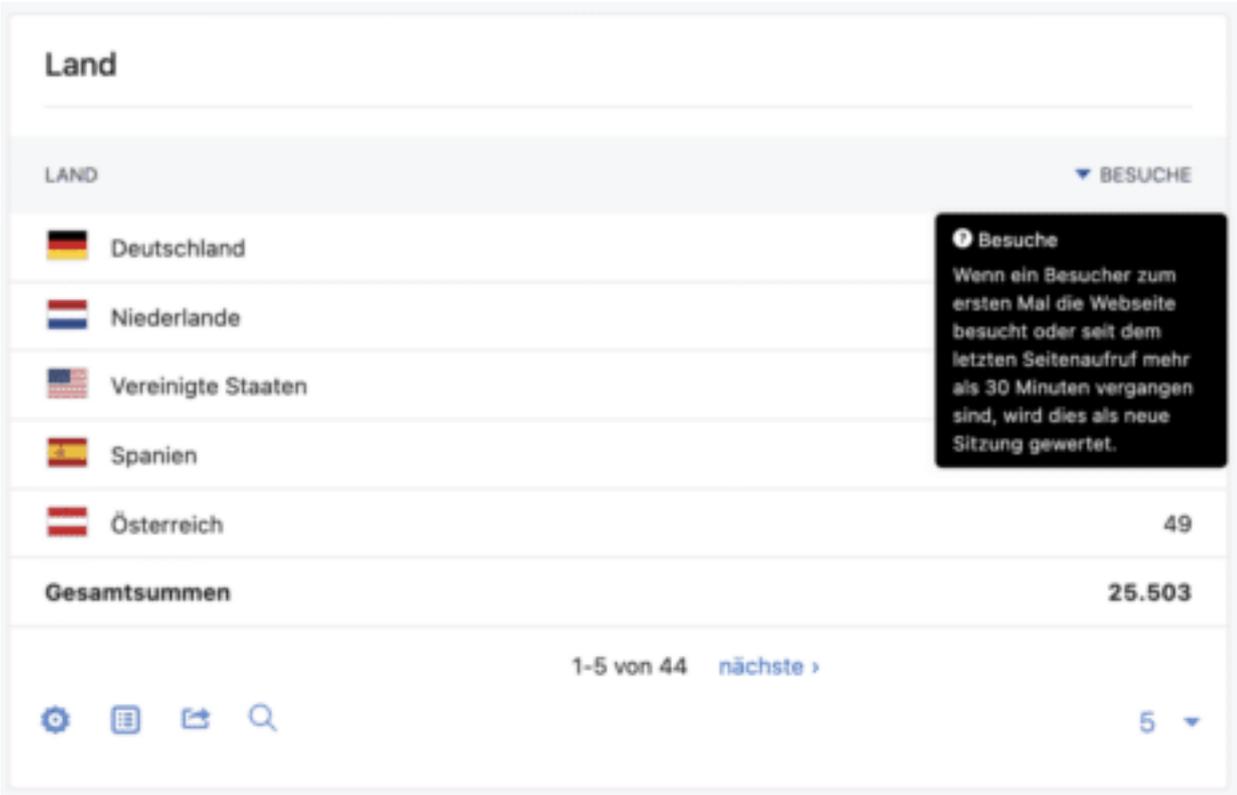
Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede gibt es zwischen Matomo und Google Analytics?

Matomo Analytics ist in Funktion und Umfang am ehesten mit der seit Jahren bewährten Version Universal Analytics von Google Analytics vergleichbar. Dies zeigt sich bereits im Aufbau der Benutzeroberfläche, die viele vordefinierte Berichte in vergleichbaren Kategorien zur Verfügung stellt:

- Besucher / [Zielgruppe](#): Wer besucht meine Website?

- Akquisition: Wie gelangen die Besucher auf meine Website?
- Verhalten: Was machen die Besucher auf meiner Website?
- Ziele / [Conversions](#) (inkl. E-Commerce-Tracking): Welche für mich relevanten Handlungen führen die Besucher auf meiner Website aus?

Nutzerinnen und Nutzer der bewährten Google-Analytics-Version Universal Analytics finden sich in der Regel schnell in der Matomo-Analytics-Oberfläche zurecht, was auch daran liegt, dass die auszuwertenden Sachverhalte (Dimensionen) und die Zahlenwerte (Metriken) oft gleich oder zumindest ähnlich benannt sind. Zudem stellt Matomo direkt in der Benutzeroberfläche viele praktische Hilfsfunktionen zur Verfügung, die die Interpretation der angezeigten Daten erleichtern.



LAND	BESUCHE
Deutschland	
Niederlande	
Vereinigte Staaten	
Spanien	
Österreich	49
Gesamtsummen	25.503

Besuche
Wenn ein Besucher zum ersten Mal die Webseite besucht oder seit dem letzten Seitenaufruf mehr als 30 Minuten vergangen sind, wird dies als neue Sitzung gewertet.

1-5 von 44 [nächste >](#)

5 ▾

Reporting-

Ansicht in Matomo Analytics mit integriertem Hilfstext

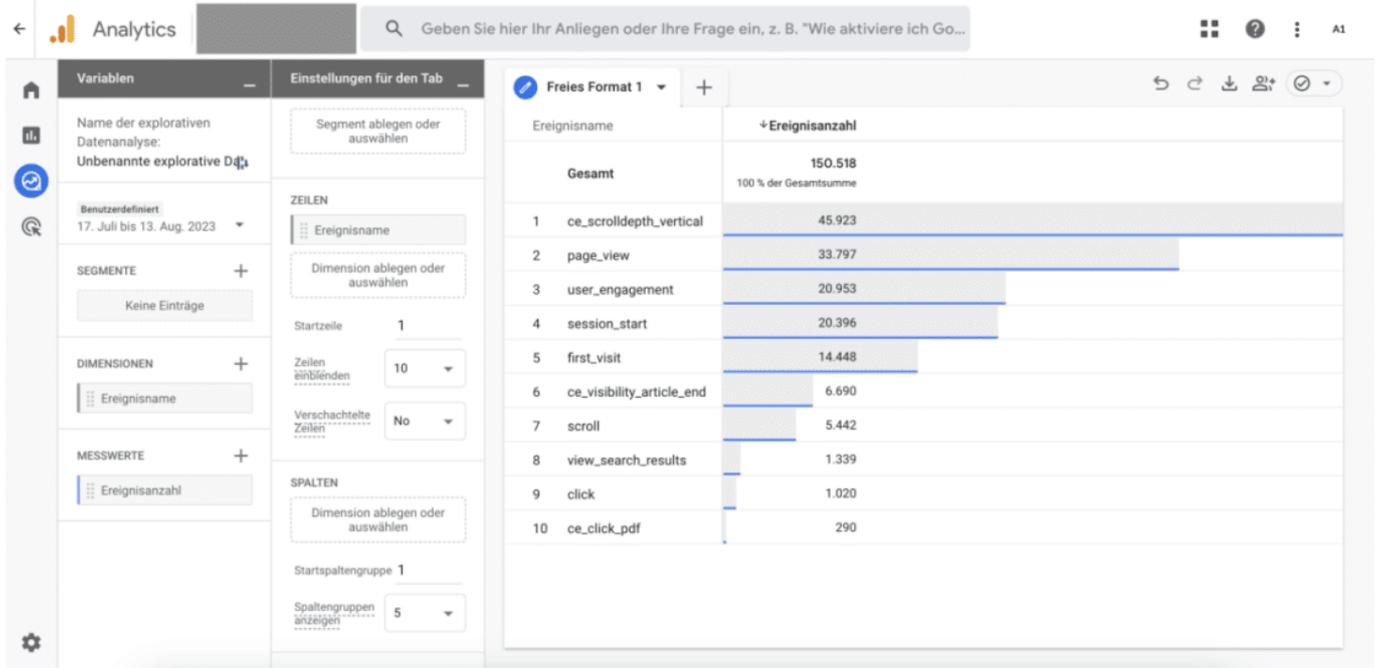
Auch die Datenstruktur beider Tracking-Systeme ist ähnlich: Einzelne Treffer wie Seitenaufrufe und

andere als Events erfasste Nutzerinteraktionen wie Klicks auf klickbare E-Mail-Adressen o. ä. werden zu Sessions zusammengefasst, die wiederum Nutzern zugeordnet werden. Zur Wiedererkennung von Sitzungen und Nutzern werden in erster Linie [Cookies](#) eingesetzt. Matomo bietet alternativ die Möglichkeit, das Tracking Cookie-los zu gestalten. In diesem Fall werden verschiedene den Nutzer identifizierende Attribute wie IP-Adresse, Browserkonfiguration, installierte Plugins o. ä. zu einer anonymisierten ID zusammengefasst, die 24 Stunden gültig ist und in diesem Zeitraum zumindest eine weitgehend korrekte Zusammenfassung der Treffer zu Sessions gewährleistet. Wiederkehrende Besucher können damit jedoch nicht identifiziert werden.

Matomo wirbt damit, dass ein ohne Cookies konfiguriertes Tracking nicht einwilligungspflichtig ist. Ein solches Vorgehen sollte jedoch immer mit dem eigenen Datenschutzbeauftragten abgestimmt werden. Aus Gründen der Transparenz und um mögliche Fallstricke zu vermeiden, empfehlen wir, Tracking-Aktivitäten grundsätzlich nur mit Einwilligung des Nutzers durchzuführen.

Die größten Unterschiede zwischen Matomo und Google Analytics zeigen sich bei den Themen Datenschutz und Datenzugriff. Der Einsatz eines eigenen Matomo-Tracking-Servers bietet Sicherheit, wo die Daten gespeichert werden und welche Dienste darauf zugreifen. Damit kann eine vollständige DSGVO-Konformität gewährleistet werden und das Damoklesschwert einer möglichen Illegalität schwebt – anders als bei der Nutzung von Google Analytics – nicht ständig über dem eigenen Tracking-Setup. Auf der Strecke bleibt allerdings die gewohnt einfache Integration von bzw. in das Google-Ökosystem mit unkomplizierten Anbindungen an andere Google-Dienste wie Google Ads oder die Google Search Console.

Matomo Analytics und die neueste Version von Google Analytics, Google Analytics 4, haben deutlich weniger Gemeinsamkeiten. Mit Google Analytics 4 hat Google eine neue Datenstruktur eingeführt, bei der alle Nutzerinteraktionen als Ereignisse erfasst werden. Zusätzliche Informationen zu diesen Interaktionen können als Eventparameter erfasst werden. Die Reporting-Oberfläche bietet nur noch wenige vordefinierte Reports und richtet sich mit ihrem Fokus auf die explorative Datenanalyse an erfahrenere Nutzer, die tiefer als bisher in die Datenanalyse einsteigen und sich weniger auf Standardkennzahlen und -ansichten verlassen wollen.



Die Auswertungsmöglichkeiten in Google Analytics 4 sind vielfältig, was jedoch mit einer komplexen Benutzeroberfläche einhergeht

Nachfolgend haben wir die Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Matomo Analytics und den Google-Analytics-Versionen in Tabellenform zusammengestellt.

	Matomo Analytics	
Kosten	Kostenfrei. Ggf. fallen Kosten für den Betrieb des eigenen Tracking-Servers bzw. für die Nutzung der Matomo Cloud und kostenpflichtiger Plugins an.	Kostenfrei. Enterprise-Version ab 135.000 Euro pro Jahr.
Datenspeicherung	Auf eigenem Tracking-Server oder in der Matomo Cloud	Auf Google-Servern
Datenschutz	Das Matomo-Tracking kann ggf. ohne Zustimmung des Nutzers ausgeführt werden. Insbesondere	Das Tracking ist grundsätzlich einwilligungspflichtig. Die Speicherung auf Google-Servern ist in der Europäischen Union vergleichbares Datenschutzrecht unterliegt.

Matomo Analytics

	die Nutzung eines eigenen Tracking-Servers mit Standort Deutschland kann ein DSGVO-konformes Datenschutzniveau darstellen.	gewährleistet werden. Einige europäische Datenschutzbehörden sehen deshalb die Nutzung von Matomo Analytics ohne spezielle, sehr weitreichende Genehmigungen als nicht-zulässig an.
Implementierung	Direkte Implementierung oder via Tag-Manager-Lösung, über die auch weitere Tracking-Lösungen (z. B. Google Ads Conversion Tracking, Meta Pixel usw.) implementiert werden können.	
Erfassbare Sachverhalte	Seitenaufrufe, Nutzerinteraktionen (z. B. Button-Klicks) als Ereignisse, E-Commerce-Transaktionen (Bestellungen inkl. Umsätze, Warenkorb-Interaktionen, Produktdetailansichten, Produktlistenansichten)	
Datenstruktur	Treffer (Seitenaufrufe, Ereignisse) – Sitzungen – Nutzer	Alle Nutzer werden als Ereignisse erfasst. Über Ereignisse können weitere Daten übergeben werden.
Reporting-Ansichten	Viele vordefinierte Reporting-Ansichten in den Kategorien Besucher, Verhalten, Akquisition, Ziele, E-Commerce. Eine Individualisierung ist nur über ein kostenpflichtiges Plugin möglich.	Viele vordefinierte Reporting-Ansichten in den Kategorien Zielgruppe, Verhalten, Akquisition, Conversions (inkl. E-Commerce). Eine Individualisierung ist direkt in der Reporting-Oberfläche möglich.
Dashboards	Rudimentäre Dashboard-Zusammenstellung über Reporting-Widgets. Anbindung an externe Dashboarding-Tools über API möglich.	Rudimentäre Dashboard-Zusammenstellung über Reporting-Widgets. Anbindung an Looker Studio über native Connectoren.
Datenexport	Export von Reporting-Ansichten in verschiedenen Dateiformaten. Rohdatenexport / Zugriff via API möglich.	Export von Reporting-Ansichten in verschiedenen Dateiformaten. Kein Rohdatenexport möglich.

Matomo Analytics

Zugriff auf Reporting-Daten via Reporting-API möglich.

Query mög-
weitere Kos-
Zugriff auf Re-
Reporting
(Zugriffs-Li-

Verknüpfung mit weiteren Diensten

Standardmäßig nicht möglich. Ggf. nachrüstbar über (kostenpflichtige) Plugins (Import von Daten aus der Google Search Console, Conversion Export zu Google Ads).

Verknüpfung u. a. mit Google Ads und Google möglich.

Fazit

Mit der Einführung von Google Analytics 4 hat Google viele langjährige Nutzer des Tracking-Tools enttäuscht. Die Benutzeroberfläche ist deutlich komplexer geworden und dient mit ihrem Fokus auf Datenanalyse nicht mehr primär als Reporting-Instrument. Zudem sind historische Daten aufgrund der veränderten Datenstruktur nur noch schwer vergleichbar.

Matomo Analytics ähnelt in der Datenstruktur und Handhabung stark dem bisherigen Google Analytics Universal Analytics. Mit seinen vielen vordefinierten Reporting-Ansichten richtet es sich vor allem an Nutzer, die sich unkompliziert einen Überblick über die für sie wichtigsten Tracking-Kennzahlen verschaffen wollen. Umsteiger werden sich schnell mit der Benutzeroberfläche zurechtfinden und die bewährte Datenstruktur zu schätzen wissen.

Der große Vorteil liegt jedoch im Bereich des Datenschutzes. Während Google Analytics allein durch seine Zugehörigkeit zum Google-Konzern die Datenschutzerfordernisse der Europäischen Union de facto nicht erfüllen kann, lässt sich Matomo auf einem Tracking-Server und damit grundsätzlich DSGVO-konform betreiben. Die Hoheit über die erhobenen Daten bietet darüber hinaus weitere Vorteile, wie die generelle Unabhängigkeit von Entscheidungen des Tool-Anbieters hinsichtlich Datenspeicherlimits, Rohdatenzugriff oder ähnlichem sowie die genaue Kontrolle darüber, mit welchen anderen Diensten die Tracking-Daten geteilt werden sollen.

Haben Sie Interesse, Matomo Analytics als Tracking-Tool auf Ihrer Website oder in Ihrem Online-Shop



einzusetzen? Wir beraten Sie gerne über die Möglichkeiten und unterstützen Sie im gesamten Webanalyse-Prozess, von der Tracking-Konzeption über die Konfiguration und Implementierung von Matomo Analytics bis hin zur Datenauswertung und Anwenderschulung. Sprechen Sie uns an, wir freuen uns auf Ihre Anfrage.

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDEMMXXX