

Angelink yourposition GmbH
Suchmaschinenmarketing

Tramstrasse 10
8050 Zürich
Tel. 044 251 58 11
Fax 044 251 58 16
angelink@yourposition.ch
www.yourposition.ch



Web Analytics in der Schweiz



Inhalt

1. Management Summary.....	3
2. Methodik.....	5
3. Gesamtwerte.....	7
4. Installationen nach Sample.....	9
5. Online Shops: Vergleich mit USA.....	10
6. NET-Matrix: Historischer Vergleich.....	12
7. Fazit.....	13
8. Angalink yourposition.....	14
9. Kontakt.....	14
10. Datennachweis: Websites/Firmen und Tracking Tools.....	15



1. Management Summary

1.1 Fragestellung und Ergebnis

Anhand von 812 Schweizer Websites unterschiedlichster Grösse und Ausrichtung geht diese Studie der Frage nach, in welcher Zahl hierzulande client-seitige Tracking Tools wie Google Analytics, Xiti, WebTrends und andere eingesetzt werden.

Die zwei zentralen Ergebnisse:

1. Der Schweizer Markt steht in Sachen Web Analytics noch am Anfang.

Bei einem Drittel aller geprüften Websites liess sich kein Mess-Tool identifizieren. Im Segment der Online Shops beträgt dieser Wert sogar überdurchschnittlich hohe 35% (USA: 12%).

2. Google Analytics dominiert den Markt.

In 8 von 10 Fällen, in denen ein client-seitiges Tracking Tool genutzt wird, handelt es sich um Google Analytics.

Die Dominanz von Google Analytics überrascht nicht: Die Software ist leistungsfähig und gratis. Zugleich aber besteht ein Widerspruch zum medialen Diskurs, in dem unter dem Schlagwort «Datenkrake» gerade auch Googles Tracking Tool regelmässig Kritik erfährt. Aber seitens der Website-Betreiber scheint man den Handel «Business-Daten gegen Mess-Tool» mehrheitlich positiv zu bewerten: Google Analytics wird heute in praktisch allen Bereichen des Schweizer Webs von der absoluten Mehrheit der Unternehmen eingesetzt, mit Ausnahme der Grossunternehmen: In diesem Segment hat Google Analytics eine Verbreitung von 40%. Öfter als andere Firmen setzen Grossunternehmen – möglicherweise aus datenschützerischen Überlegungen – kostenpflichtige Lösungen vor allem von WebTrends oder Omniture ein.

Was die vorliegende Studie nicht beantworten kann: Nutzen die Unternehmen, die Tracking Tools verwenden, die anfallenden Daten zur Optimierung ihrer Websites und Prozesse, oder produzieren sie vielfach nur Daten auf Halde? Letzteres erscheint wahrscheinlich: Der zielorientierte und konsequente Einsatz von Web-Analytics-Methoden dürfte in einem Markt, in dem jeder dritte Website-Betreiber auf client-seitiges Tracking verzichtet, vorerst eine Seltenheit darstellen.



1.2 Key Facts

- Zwei Drittel aller Schweizer Websites setzen heute client-seitige Tracking Tools ein, ein Drittel verzichtet darauf.
- Werbefinanzierte Websites, insbesondere Medien-Sites, setzen derlei Tools am häufigsten ein (76%), Online Shops am seltensten (65%).
- Dass nur 65% der Online Shops ein Tracking Tool einsetzen, illustriert den Nachholbedarf des Schweizer Markts: In den USA lag dieser Wert im Januar 2010 bei 88%.¹
- De Facto Standard ist heute das kostenlos einzusetzende Google Analytics, das sich auf 54% der geprüften Websites findet.
- WebTrends- und Omniture-Produkte folgen mit grossem Abstand dahinter (6%, resp. 5%)
- Das Sample «NET-Matrix», wo Vergleichszahlen aus dem Jahr 2008 vorliegen², zeigt auf, wie stark die Verwendung von Google Analytics zugenommen hat. Setzten 2008 noch 42% der NET-Matrix-Panelisten Google Analytics ein (70 von 168 Websites), so stieg dieser Wert bis Anfang 2010 auf 65% an (122 von 189 Websites).
- WebTrends-Produkte – zumeist WebTrends selber, seltener WebTrends Live – ist insbesondere unter Grossfirmen beliebt, wo der Anteil bei 22% liegt.
- Bei Online Shops wird das Tool von etracker, das in den anderen Samples kaum je auftaucht, vergleichsweise oft eingesetzt (4%).
- Weitere Lösungen wie das kostenpflichtige Webtrekk (bei 5 von 812 Websites installiert) oder die Open-Source-Lösung Piwik (11 Installationen) werden bis anhin nur vereinzelt verwendet.
- Unter den in der Schweiz eingesetzten Lösungen besitzt Google Analytics derzeit einen Marktanteil von über 80%.

¹ <http://blog.webanalyticssolutionprofiler.com/2010/02/who-run-analytics-top-500-retail-web-site-report/>

² <http://www.yourposition.ch/blog/01-2008/google-analytics-klare-nummer-1>



2. Methodik

2.1 Sample

Das Sample, auf dem die Untersuchung beruht, setzt sich aus vier Teilmengen zusammen:

#	Sample	Anzahl Websites	Beschreibung
1	NET-Metrix	189	Sämtliche Websites, die in der Januar-Ausweisung 2010 von NET-Metrix ³ Traffic-Werte publizieren liessen. Dabei handelt es sich grossmehheitlich um Websites, die mindestens teilweise werbefinanziert sind, insbesondere Medien-Sites.
2	Grossfirmen	100	Web-Präsenzen von Schweizer Grossfirmen; dabei handelt es sich kaum je um werbefinanzierte Websites oder um Online Shops, sondern fast ausschliesslich um Informations-Websites. Das Sample basiert auf unserer Studie «Google-Auftritt von Schweizer Grossfirmen» ⁴ , die die 100 grössten Schweizer Unternehmen (sortiert nach Reingewinn 2007) enthält. Überlappungen mit Sample #1 wurden gestrichen.
3	anthrazit	148	Alljährlich prämiert die Zeitschrift anthrazit die «200 besten Websites der Schweiz» ⁵ – eine bunte Mischung von nützlichen Online-Diensten, Blogs und Info-Websites. Für die vorliegende Studie verzichteten wir darauf, Websites der öffentlichen Hand zu berücksichtigen. Überlappungen mit den Samples #1 und #2 wurden gestrichen.
4	Online Shops	375	Enthält alle Schweizer Online Shops, die im Verzeichnis von netandbuy ⁶ aufgeführt sind, mit Ausnahme der Erotik-Shops, Sites von Airlines sowie ohne Überlappungen mit den Samples #1, #2 und #3.

³ <http://netreport.net-metrix.ch>

⁴ <http://www.yourposition.ch/publikationen/brand-studie-schweizer-grossfirmen-bei-google>

⁵ <http://www.anthrazit.org/index.php?apsid=o87f455c&apid=2784645>

⁶ <http://netandbuy.com/>



2.2 Messmethode

Allfällig eingesetzte client-seitige Tracking Tools wurden mit Hilfe des Firefox Plugins «WASP»⁷ erkannt, was folgende Einschränkungen mit sich bringt:

- Fehlerhafte Installationen führen dazu, dass WASP ein nach Meinung des Website-Betreibers installiertes Tracking Tool nicht erkennt.
- Nützt der Website-Betreiber eine Eigenentwicklung oder ein selten verwendetes Tool, wird es von WASP nicht erkannt.
- Zudem wurde während der Messung in den meisten Fällen nur die Startseite überprüft. Falls also Websites existieren, die erst auf Unterseiten mit dem Tracking beginnen (was zwar nicht nachvollziehbar, aber denkbar wäre), so wäre das Tracking Tool in den meisten Fällen nicht erkannt worden.

Insgesamt führen diese Einschränkungen zwingend zu einer Verzerrung: Der Anteil von Websites, wo kein client-seitiges Tracking erfolgt, ist mit grosser Wahrscheinlichkeit zu hoch ausgewiesen. Zugleich aber betreffen jene Einschränkungen ausnahmslos Randerscheinungen, so dass die Werte zu einem hohen Prozentsatz zutreffend sein sollten.

Daran ändert auch der Umstand nichts, dass server-seitige Tracking Tools⁸ – in der Regel reine Logfile-Analysen beispielsweise mittels AWStats – von aussen nicht erkannt werden können und in dieser Studie deshalb zwingend fehlen. Da Logfile-Analysen aber kaum business-relevante Erfolgsauswertungen ermöglichen, kann diese Art von Tracking für die vorliegende Studie ignoriert werden: Logfile-Analysen erhöhen den Reifegrad des Web-Analytics-Markts nur höchst marginal.

2.3 Erkannte Tools

Mit WASP wurden folgende client-seitigen Tracking Tools erkannt:

- Google Analytics / Google Urchin
- Xiti
- Omniture
- Clicky
- Chartbeat
- WebTrends
- Quantcast
- StatCounter
- Unica
- Webtrekk
- Piwik
- eXTReMe
- etracker
- coremetrics
- Nedstat
- 4q
- phpmyVisites

Im Segment der Online Shops wurde zudem Econda manuell identifiziert.

⁷ <http://webanalyticssolutionprofiler.com/>

⁸ Vgl. Wikipedia: http://de.wikipedia.org/wiki/Web_Analytics#Verfahren_zur_Datensammlung



3. Gesamtwerte

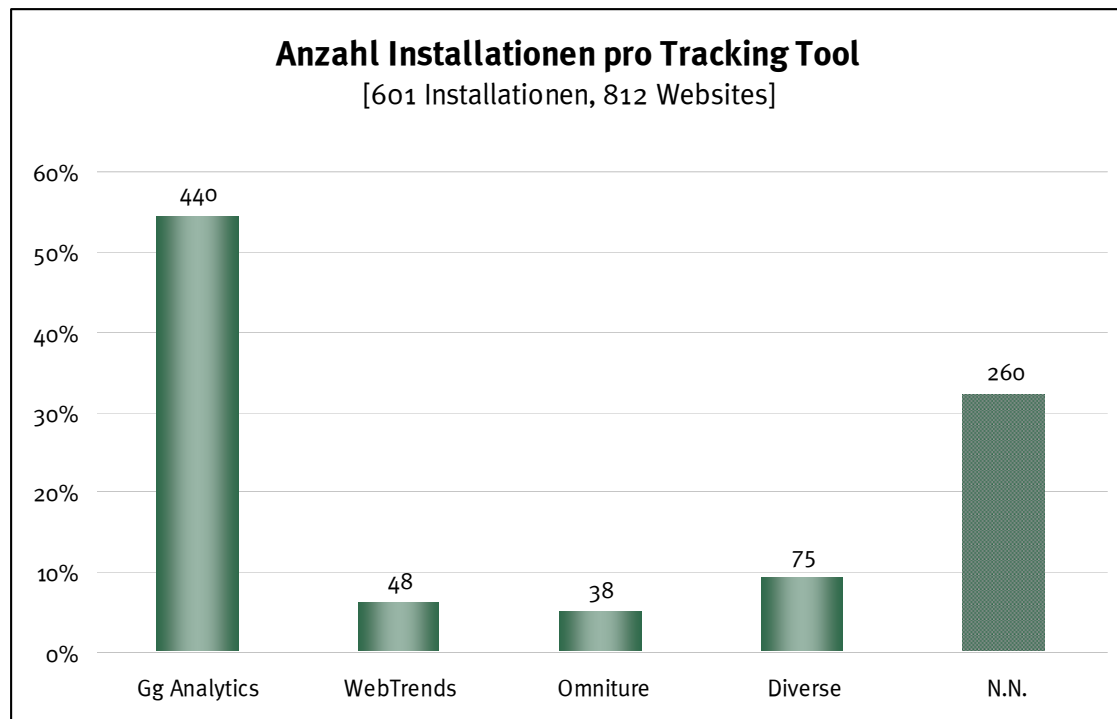
Vorbemerkung: In der Folge wird aus Gründen der Lesbarkeit auf die Formel «client-seitiges Tracking Tool» verzichtet und mit «Tracking Tool» ersetzt.

Über alle 812 ausgewerteten Websites hinweg setzt derzeit ziemlich genau ein Drittel aller Schweizer Websites kein Tracking Tool ein oder zumindest keines, das WASP erkennen könnte:

Einsatz eines Tracking Tools?	Anzahl	in %
Ja	552	68%
Nein	260	32%
TOTAL	812	100%

Auf den 543 Websites mit Tracking Tool sind 601 Installationen festzustellen: 48 Websites setzen mehrere Tools parallel ein, wobei die Kombination Google Analytics / WebTrends am beliebtesten ist. Google Analytics ist in sämtlichen 48 Fällen von Mehrfachinstallationen vorhanden.

Und so verteilen sich die Anzahl der Installationen auf die einzelnen Tools:



Dabei ist WebTrends je nach Sample sehr ungleichmässig verteilt (s. Kapitel «4. Installationen nach Sample»), etracker, Xiti und Piwik – hier unter «Diverse» subsummiert – ebenfalls.



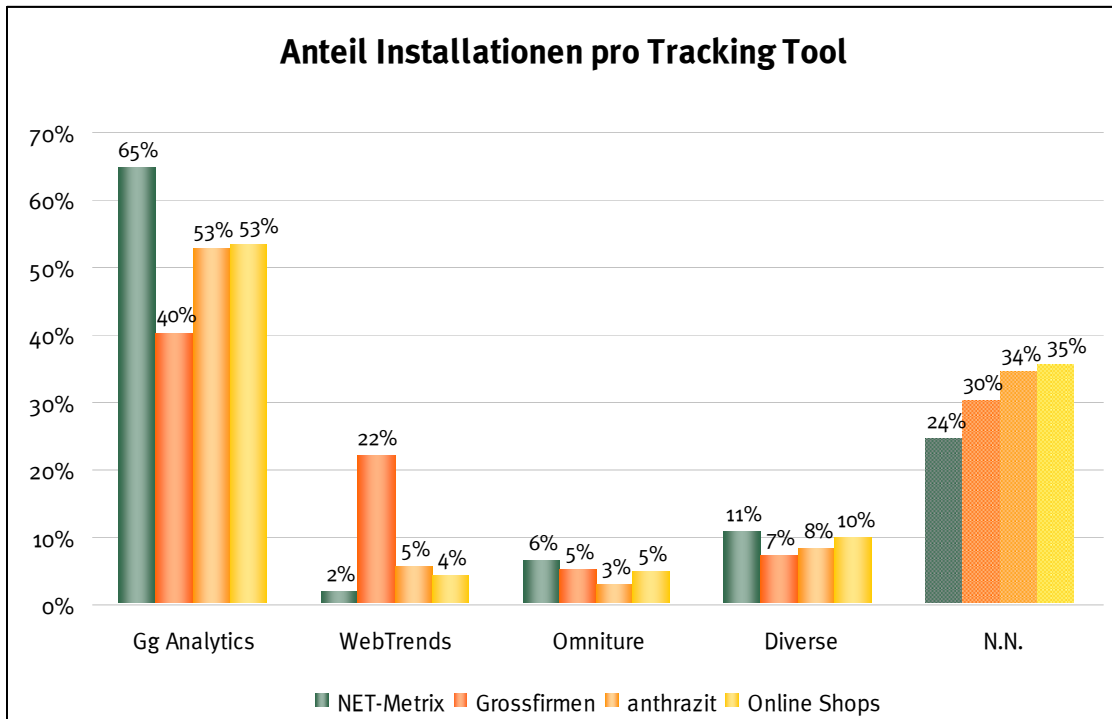
Die drei Grossen unter den Kleinen – etracker, Xiti und Piwik – erzielen den Grossteil ihrer Installationszahlen in je verschiedenen Samples:

- etracker: 14 von 17 Installationen im Sample «Online Shops».
- Xiti: 8 von 13 Installationen im Sample «NET-Metrix», vor allem dank breitem Einsatz innerhalb der Edipresse.
- Piwik: 6 von 11 Installationen im Sample «anthrazit», das unter anderem zahlreiche kleinere Online-Dienste, Nischen-Sites und Blogs enthält; die Affinität dieses Samples zu einer innovativen Open-Source-Lösung liegt nahe.



4. Installationen nach Sample

Google Analytics dominiert alle 4 Samples, allerdings in unterschiedlichem Mass:



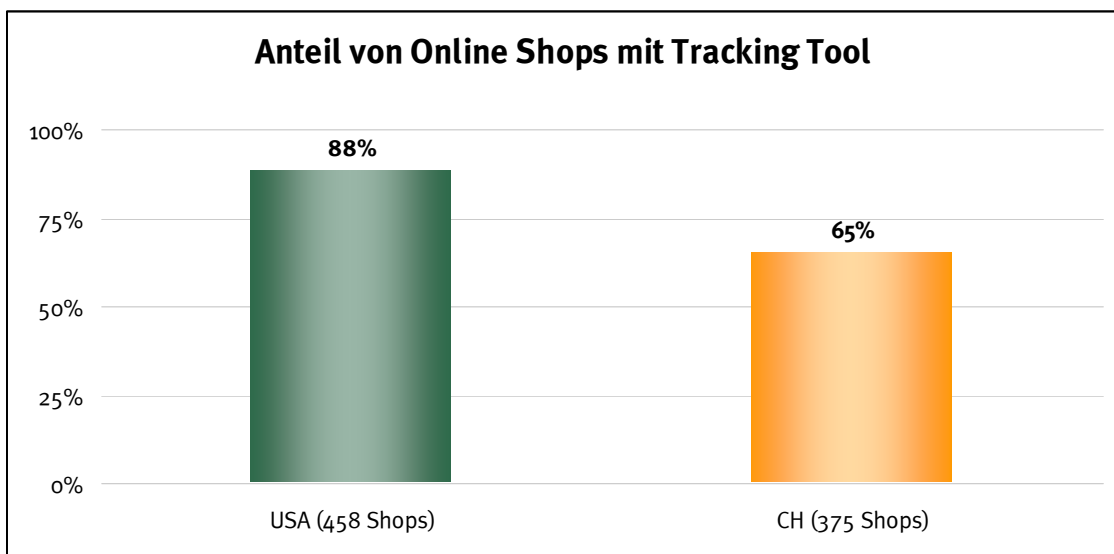
Nur gerade bei den Grossfirmen erzielt Google Analytics nicht die absolute Mehrheit, WebTrends hat dort etlichen Marktanteil behaupten können – ausgerechnet bei jenen Websites also, die in der Summe wenig Interaktion ermöglichen, stark informationslastig sind und a priori simplere Tracking-Fragestellungen mit sich bringen. Gerade in diesem Segment also zieht man Bezahlösungen öfter vor als in den anderen Samples. Das mag historische Gründe haben, zusätzlich auf Old-Economy-Argumenten beruhen («Kostenpflichtiges ist mehr wert als Gratisware»), und davon abgesehen ganz sicher auf Datenschutzüberlegungen der Grossfirmen zurückgehen. Inwiefern einer der derzeit noch unleugbaren Vorteile von kostenpflichtigen Lösungen – die überlegene Datenvisualisierung, beispielsweise von Klickpfaden – gerade im Grossfirmensegment eine Rolle spielt, ist hingegen fraglich.

Überraschend ist, dass ausgerechnet die Online Shops Tracking Tools am seltensten einsetzen: Ganze 133 von 375 ausgewerteten Online Shops scheinen ihre Besucherströme nicht – oder allenfalls server-seitig – zu messen. Darunter finden sich selbstverständlich zahlreiche Kleinst-Shops mit speziellem Nischenangebot, aber durchaus auch Top Brands und Schwergewichte wie Baur Au Lac Wein, Betty Bossi, Lächerli Huus oder Tchibo. Das ist – selbst unter dem Vorbehalt, dass wir nicht alle Webanalyse-Tools erkennen können – unerklärlich: Gerade bei transaktionsorientierten Websites wäre es eigentlich betriebswirtschaftliche Pflicht, die Transaktionen oder ihr Ausbleiben einer laufenden Analyse zu unterziehen.

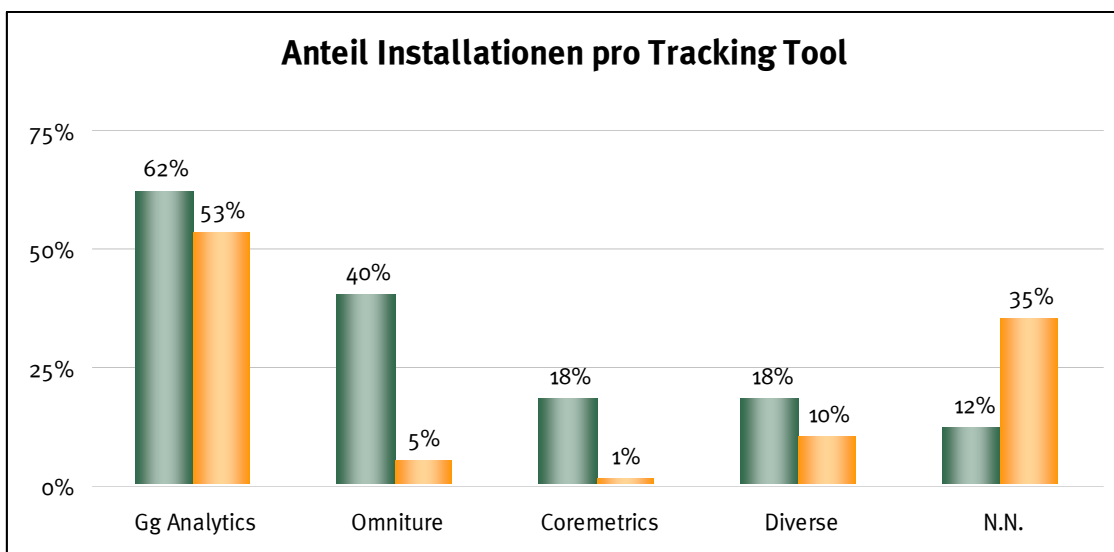


5. Online Shops: Vergleich mit USA

Im Januar 2010 publizierte der Inhaber von WASP, iPerceptions, Zahlen zum Einsatz von Tracking Tools bei den 458 grössten Online Shops der USA⁹. Zieht man einen Vergleich mit den Zahlen, die wir für 375 Schweizer Online Shops erhoben haben, wird der Nachholbedarf des Schweizer Markts deutlich:



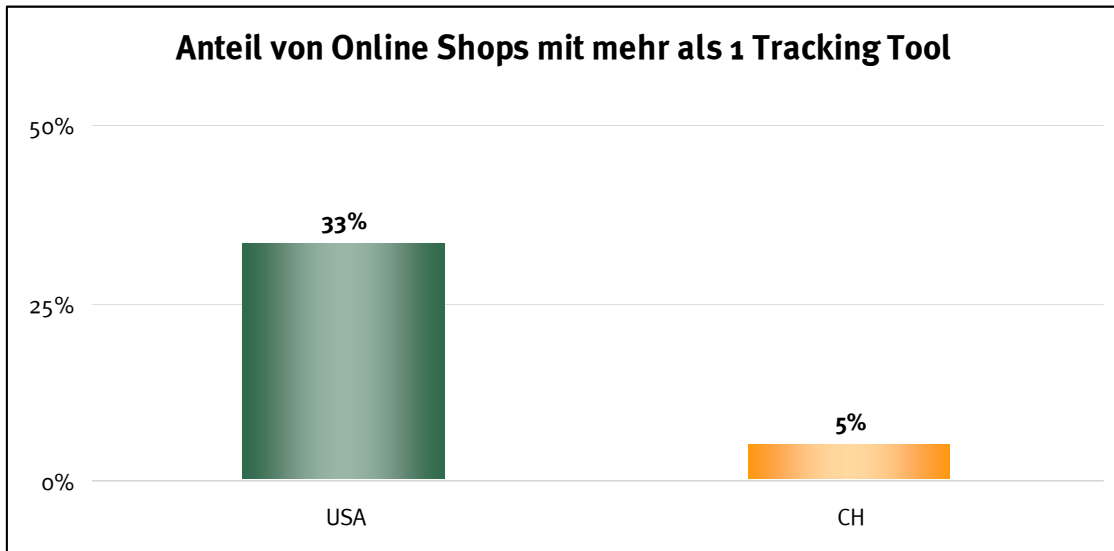
Google Analytics hat in den Online Shops der USA eine noch grössere Verbreitung als in der Schweiz, aber auch die übrigen Tools sind prozentual besser vertreten:



⁹ <http://blog.webanalyticssolutionprofiler.com/2010/02/who-run-analytics-top-500-retail-web-site-report/>



Erklärbar ist das damit, dass in den USA viel öfter mehrere Tools zugleich eingesetzt werden:



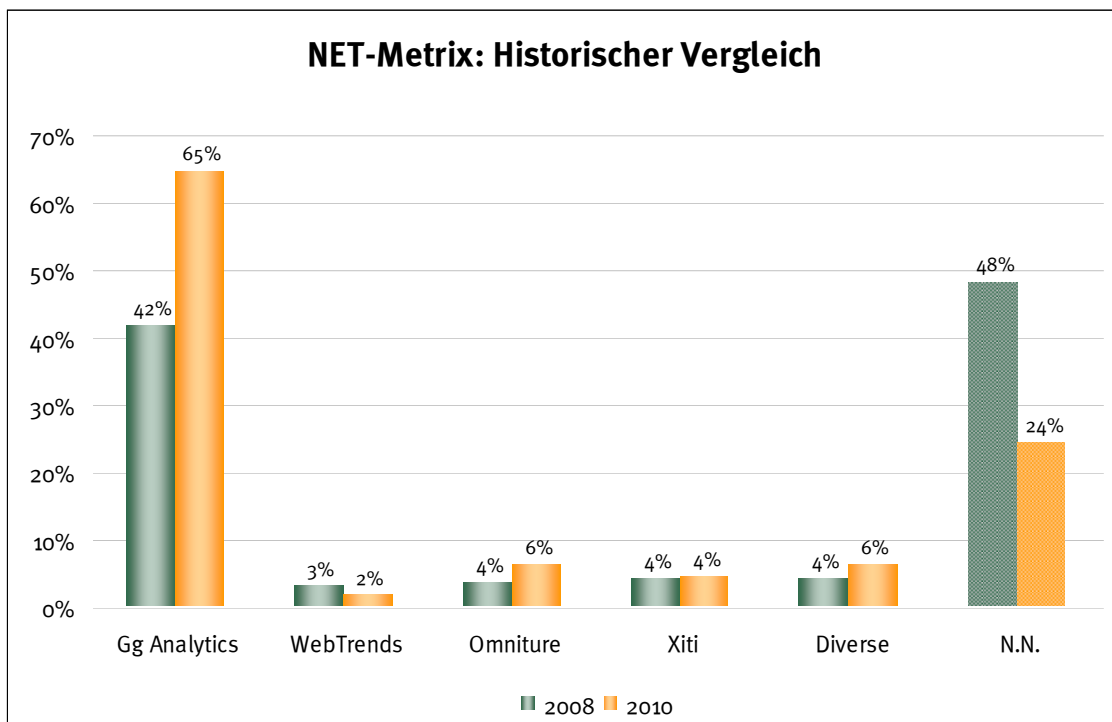
Auch das ein deutlicher Hinweis auf den höheren Reifegrad des US-Markts in Sachen Web Analytics: Wer mehrere Tools parallel einsetzt, kann damit die Messdaten plausibilisieren und jeweilige Tool-Schwächen kompensieren. Doch um sich das zum Ziel zu setzen, muss der Bedarf erst einmal erkannt werden. Und das ist in der Schweiz offenbar noch nicht geschehen, was übrigens nicht nur auf die Online Shops zutrifft: Mehrfachinstallationen sind in allen vier Samples etwa gleich rar.



6. NET-Matrix: Historischer Vergleich

Beim «NET Matrix»-Sample sind wir in der Lage, einen historischen Vergleich zu ziehen, da wir die Websites jenes Panels schon 2008 hinsichtlich Tracking Tools untersuchten.

Und der Vergleich zwischen 2008 und 2010 fördert grosse Differenzen zu Tage:



Zum einen fällt auf, dass sich der Anteil von NET-Matrix-Websites, die kein Tracking Tool einsetzen, binnen zwei Jahren glatt halbiert hat.

Zum andern ist selbstverständlich der steile Aufstieg von Google Analytics aufsehenerregend. 2008 setzten erst 70 von 168 Websites Google Analytics ein. 2010 sind es 122 von 189 Websites. Eine Verschiebung, die sich zur Hauptsache wie folgt zusammensetzt:

- 38 Websites mit Google Analytics kamen neu zum Panel hinzu, nur 14 Websites mit Google Analytics sind aus dem Panel verschwunden.
- 33 Websites wechselten seit 2008 zu Google Analytics, nur gerade 5 entfernten es in dieser Zeit von der Website.

Zu jenen, die seit 2008 zu Google Analytics gewechselt haben (oder es zumindest zusätzlich eingebaut haben) gehören praktisch alle Online-Plattformen der Regionalradios, Schwergewichte wie Romandie.com oder Bestandteile von Newsnetz, die Google Analytics zuvor nicht nutzten (bernerzeitung.ch, resp. espace.ch in 2008).

Zugleich aber ist die Liste der Websites, die Google Analytics abgestellt haben, mit Blick Online, Netlog oder swissinfo.ch ziemlich prominent bestückt.



7. Fazit

Google Analytics hat in der Schweiz in den vergangenen zwei Jahren grosse Marktanteile hinzugewonnen und stellt unter den Tracking Tools heute den De Facto Standard dar. Und das in sämtlichen Bereichen: Vom Nischenblog über kleine und grosse Online Shops bis hin zur Corporate Website international tätiger Grossfirmen – Google Analytics ist nahezu omnipräsent.

Die Bezahlösungen der Konkurrenz kommen vergleichsweise vereinzelt zum Einsatz, und das zudem thematisch oder geographisch beschränkt: etracker kann bei den Online Shops einen gewissen Marktanteil verbuchen, Xiti erfreut sich einer erhöhten Beliebtheit in der Westschweiz, WebTrends ist bei Grossunternehmen, die bei Google Analytics wahrscheinlich stärkere Datenschutzbedenken als andere Website-Betreiber hegen, immer noch relativ stark verbreitet, und Piwik, als Open-Source-Lösung strukturell direktester Konkurrent des Gratisprodukts von Google, hat erst bei klassischen Early Adopters, namentlich Blogs, Fuss fassen können. Einzig die Tracking-Lösungen von Omniture sind horizontal ähnlich verbreitet wie Google Analytics, aber das in weit geringerer Zahl: Auf eine Omniture-Installation kommen hierzulande mehr als 11 Installationen von Google Analytics.

Websites, die ohne Tracking operieren, stellen zwar eine Minderheit dar, aber eine grosse, besonders im Bereich der Online Shops. Auch wenn die Absenz eines von aussen erkennbaren Tracking Tools noch lange nicht bedeutet, dass eine Website keine Nutzerstromdaten erhebt und auswertet, so liegt der Verdacht doch nahe, dass man noch nicht überall erkannt hat, wie business-effizient der Einsatz von Web-Analytics-Methoden sein kann. Diese Diagnose wird auch dadurch bestätigt, dass wir auf keiner einzigen der 812 Websites ein Tool zur Konversionsoptimierung, z. B. Google Website Optimizer, finden konnten.¹⁰

Umgekehrt ist der Einsatz eines Tracking Tools noch lange nicht gleichbedeutend mit dessen sinnvoller Nutzung. Gerade Google Analytics, das kostenlos und einfach implementiert werden kann, erzeugt keinerlei zusätzlichen finanziellen Druck, mit den anfallenden Daten zielorientiert zu arbeiten.

In der Summe ist das Bewusstsein, dass mit Web-Analytics-Methoden Website- und Marketing-Optimierungen möglich werden, ohne Zweifel gestiegen, und zwar gerade dank Google Analytics. Dennoch weist der hohe Anteil an Websites ohne Tracking Tool eindeutig darauf hin, dass sich die Disziplin Web Analytics in der Schweiz unternehmensseitig noch in einem sehr frühen Stadium befindet.

¹⁰ Allerdings erfolgte die Suche danach keineswegs systematisch, da diese Tools nicht Gegenstand der Fragestellung sind.



8. Angelink yourposition

Angelink yourposition, 2003 gegründet, ist der führende Schweizer Full-Service-Anbieter im Suchmaschinenmarketing und betreut seine Kunden in folgenden drei Bereichen:

- Google AdWords
- Suchmaschinenoptimierung
- Web Analytics

9. Kontakt

Für weitere Fragen zu dieser Studie und zu Web Analytics allgemein kontaktieren Sie bitte:

Angelink yourposition GmbH
Beat Muttенzer
Tramstrasse 10
8050 Zürich
Tel. 044 251 58 11
Fax 044 251 58 16
www.yourposition.ch
bmuttенzer@yourposition.ch



10. Datennachweis: Websites/Firmen und Tracking Tools

10.1 Sample NET-Matrix

20minuten.ch: Google Analytics	haus-forum.ch: Google Analytics
24heures.ch: Xiti	Hebdo: Google Analytics
123people.ch : Google Analytics	hockeymanager.ch: Google Analytics
a-z.ch: Google Analytics	homegate.ch: Google Analytics
agri24.ch: Google Analytics	Illustré: Google Analytics
annabelle.ch: Google Analytics	immobilienbusiness.ch: Google Analytics
arcinfo.ch: Google Analytics	immostreet.ch: Google Analytics
auFeminin.ch: Google Analytics, Xiti	inside-it.ch:—
Ausbildung-Weiterbildung.ch: Google Analytics	jobs.ch: Google Analytics
Ausflugsziele.ch: Google Analytics	Jobwinner.ch: Google Analytics
avguide.ch: Google Analytics	Journaldujura.ch: Google Analytics
babymag.ch:—	Jungfrauzeitung.ch:—
basilisk.ch: Google Analytics	Kabel1.ch:—
baslerzeitung.ch: Google Analytics	kitag.com:—
Beobachter: Google Analytics	La Côte: Google Analytics
bernerzeitung.ch: Google Analytics	La Liberté:—
Bielertagblatt.ch: Google Analytics	LaRegioniTicino:—
Bilan: Google Analytics, Xiti	lausannefm.ch: Google Analytics
Bilanz: Google Analytics	Lautundspitz: Google Analytics
Billetnet.ch:—	Le Matin: Google Analytics, Xiti
Blick Online: Omniture	lemenu.ch: Omniture
Blogwerk: Google Analytics, Clicky, Chartbeat	Le Nouvelliste: Google Analytics
Bluewin: Omniture	Le Quotidien Jurassien: Google Analytics
Bonresto.ch:—	LE TEMPS:—
butter.ch: Omniture	Liechtensteiner Volksblatt: Google Analytics
cash/borsalino.ch: Omniture	LifePortal (Schweiz): Google Analytics
Cineman.ch: Google Analytics	local.ch:—
Cineromandie.ch: Google Analytics	loisirs.ch: Google Analytics
Codex flores:—	MARKET.ch: Google Analytics
comparis.ch: WebTrends	mattinonline.ch: Google Analytics
Computerworld: Google Analytics, Quantcast	Microsoft Advertising Schweiz: Omniture
Corriere del Ticino: Google Analytics	moneyhouse: Google Analytics
dasmagazin.ch: Google Analytics, StatCounter	Montrespasion: Google Analytics
derbund.ch: Google Analytics	motorshow.ch: Google Analytics
Der Landbote: Google Analytics	MySwitzerland.com: Google Analytics
DigitalLiving.ch: Google Analytics	MyVideo.ch: Google Analytics
Digital Postcard: Google Analytics	natuerlich-leben.ch: Google Analytics
directories.ch: Unica	Netlog: Quantcast
doodle.ch: Google Analytics	news.ch: Google Analytics
Edelweissmag: Google Analytics	news1.ch:—
Energy Zürich: Google Analytics	nick.ch: Google Analytics, Omniture
familienleben.ch: Google Analytics	nordagenda.ch:—
Femina: Google Analytics, Xiti	NZZ Online: Google Analytics
FIT for LIFE: Google Analytics	oltnertagblatt.ch:—
flughafen-zuerich.ch: Webtrekk	onefm.ch:—
fuw.ch: Google Analytics	online-kiosk.ch: Google Analytics
gameswelt.ch: Google Analytics	outnow.ch: Google Analytics
Genève Immobilier:—	PartyGuide.ch: Google Analytics, Xiti
gesundheit-sprechstunde.ch: Omniture	Pctipp Online:—
GHI:—	persoenlich.com: Google Analytics
Giornale del Popolo: Piwik	PetSite.com: Google Analytics
GMX.ch:—	Pilote.ch: Google Analytics
goodday.ch: Google Analytics	Pro7.ch:—
Handelszeitung Online: Google Analytics	Quicklinks.ch:—



Sample NET-Matrix (Fortsetzung)

radio24.ch: Google Analytics
Radio Zürisee: Quantcast
regiolive.ch: Google Analytics
RFJ: Google Analytics
RJB: Google Analytics
Romandie.com: Google Analytics
ronorp.net: Google Analytics
RTN: Google Analytics
Sat1.ch: —
schaffhausen.ch: —
schweizer-illustrierte.ch: Omniture
schweizerbauer.ch: Google Analytics
schweizerfamilie.ch: Google Analytics
Scout24: —
search.ch: —
sevendgames.ch: Piwik
shn.ch: —
singles.ch: Google Analytics, eXTReMe
sonntagszeitung.ch: Google Analytics
sortir.ch: —
Sportal: Google Analytics
sprechzimmer.ch: —
St. Galler Tagblatt: Google Analytics
Starticket: —
stocks.ch: Google Analytics
students.ch: Google Analytics
suedostschweiz.ch: Google Analytics
SwissGuide: Google Analytics
Swiss IT Magazine: Google Analytics, Omniture
Swiss IT Reseller: Google Analytics, Omniture
swissmilk.ch: Omniture
Swissportal: —
tagesanzeiger.ch: Google Analytics
tele.ch: Google Analytics
Teleboy.ch: Google Analytics
teletext.ch: —
telezueri.ch: Google Analytics
Tempslibre.ch: —
thurgauerzeitung.ch: Google Analytics
ticino.ch: —
ticinonews.ch : Google Analytics
Ticinonline: Google Analytics
ticketcorner.com: Google Analytics
Tierwelt online: —
Tilllate: Google Analytics
Topin.travel: Google Analytics
Tribune de Genève: Google Analytics, Xiti
Trouvez.ch: Xiti
TV-Star: Google Analytics
TV8: Quantcast
usgang.ch: —
vivatv.ch: —
Webdociné: —
Weblaw AG: —
Weltwoche: Google Analytics
wetter.ch: Google Analytics
Wetter.com: —
wildeisen.ch: Google Analytics
wireltern.ch: Google Analytics
WOZ Die Wochenzeitung: —
Zattoo: Google Analytics
Zisch.ch: Google Analytics
ZO-Online: Google Analytics
Zofinger Tagblatt online: —
zsz.ch: —
zuonline.ch: —
Actioninnocence.org: Google Analytics
Drs.ch: —
Hausinfo.ch: Google Analytics
ideesuisse.ch: Google Analytics
ricardo.ch: Google Analytics
Rsr.ch: Google Analytics
Rtr.ch: Google Analytics
rts.ch: Google Analytics
Rtsi.ch: Google Analytics
sf.tv: WebTrends
srg.ch: Google Analytics
swissinfo.ch: WebTrends
Swiss Satellite Radio: Google Analytics
Tsr.ch: —
WRS: Google Analytics



10.2 Sample Grossfirmen

ABB Konzern: Nedstat
Actelion AG: WebTrends
Adecco Gruppe: Google Analytics
Allianz Gruppe Schweiz: Google Analytics, WebTrends
Atel/Motor Columbus:—
AXA Winterthur: WebTrends
Axpo Holding: Google Analytics
Bâloise Holding: etracker
Bank Julius Bär & Co AG: Google Analytics
Bank Sarasin & Cie AG:—
Banque Cantonale Vaudoise:—
Banque Privée E.Rothschild:—
Barry Callebaut AG: Google Analytics
Basler Kantonalbank: Omniture
Berner Kantonalbank:—
BKW FMB Energie AG: WebTrends
BNP Paribas (Suisse) SA: Google Analytics, Xiti
Bobst Group SA: Google Analytics
BSI S.A.: Google Analytics
Bucher Industries AG:—
Bühler Konzern:—
CKW Gruppe:—
Conzzeta Holding:—
Coop Gruppe: WebTrends
Crédit Agricole (Suisse) SA: Xiti
Credit Suisse: WebTrends
CVE Romande Energie:—
Die Post: WebTrends
Dufry Travel Retail Ltd: Google Analytics
EG Laufenburg: Google Analytics, WebTrends
EMS-Chemie Holding AG:—
Endress + Hauser (International):—
Energiedienst Holding:—
EOS Holding:—
Forbo Konzern: Google Analytics
Franke Holding: Google Analytics
Galenica Holding:—
Geberit-Gruppe: WebTrends
Generali (Schweiz): Google Analytics
Georg Fischer: Google Analytics
Givaudan SA: Google Analytics
Graubündner Kantonalbank: Piwik
Groupe E SA: Google Analytics
Helvetia Patria Holding:—
Hilti-Gruppe: WebTrends
Holcim-Gruppe: Google Analytics
HSBC Private Bank (Suisse): WebTrends
Jelmoli Holding AG: Google Analytics
Kantonalbank BL:—
Kühne & Nagel:—
Kuoni Reisen Holding: Google Analytics
Lindt & Sprüngli: Google Analytics
LonzaGroup: WebTrends
Luzerner Kantonalbank: WebTrends
Mettler-Toledo Group: Omniture
Migros Bank: WebTrends
Migros Konzern: Google Analytics
Mobiliar Gruppe: WebTrends
Nestlé: Google Analytics
Neue Aargauer Bank:—
Nobel Biocare Holding AG: Google Analytics, WebTrends
Novartis:—
OC Oerlikon:—
Octapharma AG: Google Analytics
Panalpina Welttransport: Omniture
Pargesa Holding SA:—
Partners Group Holding:—
PSP Swiss Property Group: Google Analytics
RBS Coutts Bank AG: Omniture
Rieter-Konzern: Piwik
Ringier Holding AG: Google Analytics
Roche-Gruppe: Google Analytics
Schindler: Google Analytics
Schmolz und Bickenbach Schweiz:—
SFS Holding AG:—
SGS Holding: WebTrends
Sika Konzern: Google Analytics
Société Générale Paris:—
Sonova AG: Google Analytics
St. Galler Kantonalbank:—
Straumann AG: Google Analytics
Sulzer Konzern: etracker
Sunrise Communications AG: WebTrends
Suva: WebTrends
Swatch Group: Google Analytics
Swiss Life Holding: WebTrends
Swiss Prime Site AG: Google Analytics
Swisscom AG: Omniture
SwissRe: Google Analytics
Syngenta International: Google Analytics
Synthes Holding AG: Google Analytics
Tamedia Gruppe:—
Unione Farmaceutica SA: Google Analytics
Unique Zurich Airport:—
Valiant Bank AG: Google Analytics
Vetropack Holding AG:—
Vontobel Holding AG: WebTrends
Würth Holding GmbH: Google Analytics
Zürcher Kantonalbank: WebTrends
Zurich Financial Services: Google Analytics



10.3 Sample anthrazit

105.ch: Google Analytics
2lounge.ch: Google Analytics
78s.ch: Google Analytics
8ig.tv: WebTrends
ag.ch: —
aightgenossen.ch: Google Analytics
annabelle.ch: —
apfelblog.ch: Google Analytics
a-z.ch/medien/azmobile: —
babysitting24.ch: —
bag.admin.ch: —
be.ch: Webtrekk
benkoe.ch: Omniture
beobachter.ch: Google Analytics
berufsberatung.ch: —
blastfm.ch :—
blick.ch: Google Analytics
blog.tagesanzeiger.ch/mamablog: Google Analytics
bloggingtom.ch: Omniture
blogwiese.ch: Google Analytics
broadcast.ch: Google Analytics, Piwik
cash.ch: Google Analytics
ch.jura.com: WebTrends
cineman.ch: —
civicampus.ch: —
clavid.ch: Google Analytics
comparis.ch: —
creditsuisse.com: —
dagmersellen.ch: —
davidbauer.ch: —
digitalliving.ch: Google Analytics
dinersclub.ch: —
diogenes.ch: Google Analytics
dnstools.ch: Google Analytics
doodle.com: Google Analytics, Piwik
drs.ch/www/de/drs/podcasts.html: Piwik
drs.ch: —
ebankingabersicher.ch: —
eb-zuerich.ch: Google Analytics
e-codices.unifr.ch: Google Analytics
educa.ch: Google Analytics
elternet.ch: —
energiefranken.ch: —
energyzueri.ch: Google Analytics
equality-office.ch: —
ethz.ch: Google Analytics
eventlokale.ch: —
foodguide.ch: Google Analytics
frog-blog.ch: Google Analytics
fuw.ch: —
gene-abc.ch: —
gesundheitsfoerderung.ch: Piwik
gladme.ch: —
gr.ch: Google Analytics
herz-praxis.ch: Google Analytics
hitparade.ch: —
Hoerkolumnen.ch: —
homegate.ch: WebTrends
hoteljob.ch: Google Analytics
hsr.ch: Google Analytics
htr.ch: Google Analytics
ilef.ch: Google Analytics
imi-luzern.com: Google Analytics
internettv.ch: —
klatschheftli.ch: Google Analytics
kostensenken.ch: —
krankenversicherer.ch: Google Analytics
kunsthaus.ch: Google Analytics
lindt.ch: Google Analytics
lu.ch: Google Analytics
maiak.info: —
medizin.ch: Google Analytics
meet2move.ch: —
meteoschweiz.ch: Google Analytics
moneyhouse.ch: Google Analytics
mydrive.ch: —
nachhilf.ch: Google Analytics
nzz.ch: —
onleihe.ch: Google Analytics
orange.ch: Google Analytics
pandemia.ch: WebTrends
parlamentsgeschichte.ch: WebTrends
pctipp.ch: —
persoenlich.com: Google Analytics
pixelfreund.ch: Google Analytics
plagiat.ch: SM
postfinance.backstage.mx3.ch: Google Analytics
postfinance.ch: Google Analytics
radioplay.ch: Google Analytics
raiffeisen.ch: Google Analytics
ricardo.ch: Google Analytics
rogerfederer.com: —
saison.ch/de: Google Analytics
sammla.ch: Google Analytics
sascharuefer.ch: Google Analytics
schweizer-illustrierte.ch: —
sf.tv: —
sg.ch: —
sge-ssn.ch: Google Analytics
sh.ch: —
six-swiss-exchange.com: Google Analytics
snow.myswitzerland.com: Google Analytics
snowfriends.ch: Google Analytics, Quantcast
stadt.winterthur.ch: —
stadt-zuerich.ch: —
steamers.ch: Google Analytics
stiftsbibliothek.ch: —
strasseninfo.ch: Google Analytics
students.ch: —
svenepiney.ch: —
swisscom.com: Piwik
swissflirt.ch: Google Analytics



Sample anthrazit (Fortsetzung)

swissinfo.ch: Piwik
swissmom.ch: —
swissquote.ch: Google Analytics
swisswetter.ch: Google Analytics
tagesanzeiger.ch: Google Analytics
taxme.ch: Google Analytics
telezueri.ch: Google Analytics
thinkabout.ch: —
topten.ch: —
travelblogger.ch: Google Analytics
tv-guide.ch: Omniture
tvprogramm.sf.tv: Google Analytics
umzugsratgeber.ch: —
unisg.ch: Google Analytics
unizh.ch: Google Analytics, WebTrends
usm.com: Google Analytics
uster.ch: Google Analytics
videoportal.sf.tv: WebTrends
viktorgiacobbo.ch: Google Analytics
vitacliv.ch: Google Analytics
vzug.ch: WebTrends
waskochen.ch: —
weltwoche.ch: —
wilmaa.com: Google Analytics
wuala.com: Google Analytics, Quantcast
yahoo.ch: Google Analytics
zatoo.com: Google Analytics
zg.ch: —
zhaw.ch: Xiti
zitig.ch: —
zkb.ch: Google Analytics
zueritipp.ch: —



10.4 Sample Online Shops

o816-geschenke.ch: Google Analytics
1advd.ch: Google Analytics
3-suisse.ch: Google Analytics
4mybaby.ch: Google Analytics
aba-amriswil.ch: —
ackermann.ch: Google Analytics
albamoda.ch: —
alcom.ch: —
allianz24.ch: Google Analytics, WebTrends
angela-bruderer.ch: Google Analytics
antiperspirant.ch: Google Analytics
apple.com: —
architronic.ch: etracker
aromavital.ch: —
arp.com: Google AnalyticsNedstat
arslonga.biz: —
assura.ch: —
atena.ch: —
athleticum.ch: Google Analytics
atupri.ch: Google Analytics
aundo.ch: —
axa-winterthur.ch: WebTrends
babista.ch: —
babybutt-ch.erwinmueller.com: Google Analytics
baby-dreams.ch: Google Analytics
baby-geschenk.ch: Google Analytics
babyhaus.ch: Google Analytics
babyjoe.ch: Econda
bader.ch: etracker
baguette.ch: —
bajo-shop.ch: Google Analytics
bakker.ch: Google Analytics
ballett-shop.ch: —
ballonbox.ch: —
baloisedirect.ch: etracker
bastelmarkt.ch: —
basteln-ch.buttinette.com: Google Analytics
bauraulacwein.ch: —
beachbeach.com: —
bebasic.ch: Google Analytics
bebelino.ch: Google Analytics
beefjerky.ch: —
belfuma.ch: —
beschlechocolatier.com: —
bettwaesche.ch: Google Analytics
bettybossi.ch: —
beyeler.ch: —
bijouteria.ch: Google Analytics
bio-direct.ch: —
biogarten.ch: Google Analytics
blackout.ch: —
blacksocks.com: Google Analytics
bodum.ch: Google Analytics
bofrost.ch: —
bognerhomeshopping.ch: Google Analytics
bonprixsecure.com: —
books.ch: Google Analytics
botarin.com: Google Analytics
brack.ch: Econda
brigitte-st-gallen.ch: etracker
brunneronline.ch: —
brw.ch: —
bta-travel.ch: —
buch.ch: Webtrekk
buchhaus.ch: Google Analytics
cailler.ch: Google Analytics
canine.ch: Piwik
caratello.ch: —
cat-shop.ch: —
cede.ch: Google Analytics
ch.ateliergs.com: Econda
ch.foto.com: Google Analytics
chateaudirect.ch: Google Analytics
cigars.ch: —
citydisc.ch: Google Analytics
clever-schenken.ch: Google Analytics
companys.ch: Google Analytics
compass24.ch: Google Analytics
concordia.ch: —
confiserie.ch: —
conleys.ch: etracker
coopathome.ch: WebTrends
cornelia.ch: —
crazystuff.ch: Google Analytics, 4q
cruise.ch: Google Analytics
css.ch: —
cyrellus.ch: —
dasoul.ch: —
de.swisscom.ch: —
dekotraum.ch: —
dekowebshop.ch: —
delinat.com: —
deltakids.ch: —
deluxebijoux.ch: Google Analytics
digitec.ch: Google Analytics
distrelec.ch: Google Analytics
drogi.ch: Google Analytics
dvdes.ch: —
ebeer.ch: Google Analytics
ebookers.ch: WebTrends
e-domizil.ch: Google Analytics, WebTrends
egk.ch: Google Analytics
eismann.ch: —
elegance.ch: Google Analytics, etracker
enjoymedia.ch: Google Analytics
enovo.ch: Google Analytics
e-pneu.ch: —
e-shoppingcenter.ch: —
espritshop.ch: Webtrekk
even-swiss.ch: Google Analytics
excellence-for-men.ch: —
exlibris.ch: Google Analytics



Sample Online Shops (Fortsetzung)

fashion24.ch: —
fasi-shop.ch: —
feinkost-shop.ch: Google Analytics, 4q
fgoldschmidt.ch: Popularix
finewine.ch: Google Analytics
fitness4all.ch: Google Analytics
fleurop.ch: Google Analytics
folienservice.ch: Google Analytics
fotopick.ch: Google Analytics
franzfricker.ch: Google Analytics
freitag.ch: Google Analytics
freshbox.ch: Google Analytics
fti.ch: etracker
funshop.ch: Google Analytics
fust.ch: Google Analytics
futter-service.ch: Google Analytics
gaucho.ch: Google Analytics
gerdahome.com: —
geschenkidee.ch: Google Analytics
glamour-fashion.ch: —
glueckschette.ch: Google Analytics
golimport.ch: Google Analytics
gostomundo.ch: etracker
gottlieber.ch: Google Analytics
groupemutuel.ch: —
haarprodukte.ch: —
haengematten-store.ch: Google Analytics
hasler.ch: Google Analytics
haushaltsprodukte.ch: Google Analytics
heine.ch: Econda
hellokittyshop.ch: Google Analytics
helsana.ch: Google Analytics
helvetas.ch: —
helveticours.ch: Google Analytics
hermes.com: —
highdefinition.ch: —
himmelstürmer.ch: —
hiphopstore.ch: Google Analytics
hockeystore.ch: —
hopemodell.ch: —
horseland.ch: —
hotelplan.ch: Google Analytics
hot-heels.ch: Google Analytics
ifolor.ch: Google Analytics
impressionen.ch: etracker
integra-ag.com: —
interhome.ch: Google Analytics
intras.ch: Google Analytics, WebTrends
istyle4.ch: Google Analytics
jamarico.ch: Google Analytics
jeansladen.ch: —
jelmoli-shop.ch: —
jokers.ch: coremetrics
jukebox.ch: Google Analytics
just.ch: Google Analytics
just4me.ch: —
kaffeezentrale.ch: Google Analytics
kaiserkraft.ch: —
kays.ch: Google Analytics
kellerfahnen.ch: Google Analytics, etracker
kidoh.ch: coremetrics
kingscastle.ch: Google Analytics
klangundkleid.ch: Google Analytics
klaus.onlineshopping.ch: —
knechtreisen.ch: Google Analytics
knopfloch.ch: Google Analytics
kochshop.ch: —
kontiki.ch: —
kreatives-wohnen.ch: phpmyVisites
kreativ-ideen.ch: —
kuchenkurier.ch: Google Analytics
lackilook.com: —
laeckerli-huus.ch: —
lampenprofi.ch: Google Analytics
lampen-shop.ch: —
landtwing-ruetter.ch: —
laredoute.ch: —
lastminute.ch: Google Analytics
lehner-versand.ch: Google Analytics
lemo-schuh.ch: Google Analytics
lesen.ch: Google Analytics
linsensuppe.ch: —
loungeclub.ch: Google Analytics
luxury-shops.com: —
macromarkt.ch: Google Analytics
manor.ch: Google Analytics, WebTrends
manta.ch: Google Analytics
manufactum.ch: —
marionnaud.ch: Google Analytics
martel.ch: Google Analytics
mckerzen.ch: Google Analytics
mclinsen.ch: Google Analytics
mcschmuck.ch: Google Analytics
mcshave.ch: Google Analytics
mediashop-reisen.ch: —
megashop.ch: Google Analytics
meinhaushalt.ch: —
mensbeautyshop.ch: —
menssecret.ch: —
microspot.ch: WebTrends
moevenpick-wein.com: etracker
morga.ch: —
musik-produktiv.ch: Google Analytics
nahrin.ch: Google Analytics
neckermann.ch: —
nespresso.com: Google Analytics
nettolinsen.ch: —
nettoshop.ch: Google Analytics, etracker
noco-sports.ch: —
noracosa.ch: Google Analytics
ochsner-sport.ch: Google Analytics



Sample Online Shops (Fortsetzung)

oekk.ch: Google Analytics
oeko-planet.ch: —
officeworld.ch: Google Analytics
online-kinderwelt.ch: Google Analytics
osuru.ch: —
oswald.ch: Google Analytics, WebTrends
oswaldparfum.ch: Google Analytics
ottos.ch: Google Analytics
pcp.ch: Google Analytics
pc-shop24.ch: Google Analytics
perfecthair.ch: Google Analytics
personalshop.ch: Google Analytics
personal-wellness.ch: Google Analytics
peterhahn.ch: —
pflanzenverkauf.ch: Google Analytics
phiten.ch: Google Analytics
power-bike.ch: —
powershop.ch: Google Analytics
praktikus.ch: —
premium-shops.ch: —
printart.ch: Google Analytics
pro-design.ch: —
progres.ch: Google Analytics
proidee.ch: WebTrends
ptiboo.ch: Google Analytics
qualipet.ch: —
quelle.ch: —
redcross.ch: Google Analytics
reichmuth.ch: Google Analytics
riegger.ch: Google Analytics
robinbook.ch: Google Analytics
ronja.ch: —
rotex.ch: —
rutishauser-wein.ch: Google Analytics
ryffel.ch: —
saamo.ch: Google Analytics
samyra-fashion.com: Google Analytics
sanagate.ch: —
sanitas.com: Google Analytics
sauces.ch: —
scharfsehen.ch: Google Analytics
schild.ch: Google Analytics
schmuck.ch: Google Analytics
schuler.ch: Google Analytics
secure.impo.ch: WebTrends
seidenware.ch: Google Analytics
selection-schwander.ch: —
shakashop.ch: Google Analytics
sharkfitness.ch: Google Analytics
sherpa-outdoor.ch: —
shisha4you.ch: —
shop.jack-wolfskin.ch: —
shop.noten.ch: —
shop.novicom.ch: Google Analytics
shop.post.ch: Google Analytics, WebTrends
shop.reptilien-zoo.ch: —
shop.tradeplus.ch: —
shop.zur-rose.ch: Google Analytics
siblershop.ch: —
sieh-an.ch: —
sirius-outdoor.ch: Google Analytics
softridge.ch: —
solis-onlineshop.ch: —
soundmedia.ch: Google Analytics
soundmedia.ch: Google Analytics
specials.giveawine.ch: Google Analytics
spielzeug24.ch: Google Analytics
spielzeug24.ch: Google Analytics
sportscheck.com: —
sportswear24.ch: Google Analytics
sport-thieme.ch: —
sport-tiedje.ch: —
spruengli.ch: Google Analytics
starworld.ch: —
statravel.ch: Google Analytics, WebTrends
stedy.ch: —
stegcomputer.ch: Google Analytics
store.americanapparel.ch: Google Analytics
stromberg.ch: Google Analytics
strumpfersand.ch: Google Analytics
struuss.ch: Google Analytics
styleme.ch: Google Analytics
supermagnete.ch: Google Analytics
swarovski.com: —
swatch.com: Google Analytics
sweat-stop.com: Google Analytics
swica.ch: Google Analytics
swissflowers.ch: Google Analytics
swissmenage.ch: —
switzerlandshop.com: Google Analytics
sympany.ch: Google Analytics
tamabelt.com: Google Analytics
tantan.ch: Google Analytics
tchibo.ch: —
teehaus.ch: —
terra-nuova.com: etracker
thali.ch: —
thalia.ch: Webtrekk
theclearbox.ch: —
thegloss.ch: —
thewhiskyshop.ch: —
ticketportal2.showare.ch: —
topcigars.ch: —
toptip.ch: —
toysland.ch: —
traum-land.ch: Google Analytics
trauringe-center.ch: —
travel.ch: Google Analytics
trendhochdrei.ch: Google Analytics
trend-living-shop.ch: Google Analytics
trendshop.ch: Google Analytics



Sample Online Shops (Fortsetzung)

tui.ch: Google Analytics
uhrenhandel.ch: Google Analytics
ullapopken.ch: Nedstat
underwearstore.ch:—
ungezogen-angezogen.ch: Google Analytics
united-style.ch: Google Analytics
unterwaesche-bademode.ch: Google Analytics
urech.com: Google Analytics
vac.ch: Google Analytics
valera-shop.ch:—
vatter-naturkosmetik.ch:—
vedia.ch: Google Analytics
veillon.ch:—
veloplus.ch: Google Analytics
vertbaudet.ch:—
vinexus.ch: Google Analytics
vinoversum.ch: Google Analytics
visana.ch:—
vitalprodukte.ch:—
voegele-shoes.com:—
walbusch.ch:—
wander.ch: WebTrends
wandtattoo.ch:—
waschbaer.ch: Google Analytics
weltbild.ch: coremetrics
westfalia-versand.ch: Google Analytics
whirlpoolservice.ch:—
whiskytime.ch: Google Analytics
wog.ch:—
worldofwhisky.ch:—
worldvision.ch: Google Analytics, etracker
wullehus.ch: Google Analytics
wullehus.ch: Google Analytics
wwf.ch: Google Analytics
yves-rocher.ch:—
zurichconnect.ch: WebTrends