

Im Internet ohne Gurt: 5 Argumente für Website-Updates

Ein seltsamer Widerspruch: Ein Auto ohne aktuelle HU zu fahren, gilt als unsicher und als echte Gefährdung auf der Straße. Würde man das Risiko in Kauf nehmen, mit einem Wagen, von dem man nicht sicher sein kann, ob Bremsen & Co. funktionieren, im dichten Verkehr unterwegs zu sein? Exakt dieses Verhalten legen jedoch viele Unternehmen an den Tag, wenn es um ihre eigene Website geht. Eine absolut unterschätzte Gefahr!



Wie schnell stehen Infos für Nutzer zur Verfügung? Und wie gut sind Daten gegen Hackerangriffe geschützt?

FOTO: ISTOCK

Eine Website ohne Updates ist wie Fahren ohne Airbag. Sagt da jemand einfach: »Läuft doch«? Dieses Argument hört man jedoch oft bei Überlegungen, ob in ein Website-Update investiert werden soll oder nicht. Immerhin funktioniert die Website ja so wie sie soll. Klar: Das nicht ordnungsgemäße Funktionieren des Sicherheitsgurtes oder der Ausfall der Airbags würde den meisten erst bei einem Unfall schmerzhaft bewusst werden. Die Updates einer Website, auch wenn man sie nicht immer sieht, erfüllen wichtige Aufgaben: Im Hintergrund sorgen sie für Sicherheit, während die Website tagtäglich von unterschiedlichsten Leuten besucht und von Spam- und Virenattacken »heimgesucht« wird. Wenn man genauer wüsste, was da gerade los ist, würde »läuft doch« sich anfühlen wie ein Drahtseilakt.

Den Letzten beißen die Hunde

Jede Website hat im Hintergrund ein umfangreiches technisches Gerüst und benötigt sogenannte Skriptsprachen, um zu funktionieren und verarbeitet zu werden. Werden diese Skriptsprachen nicht aktuell gehalten, ist das ein wenig, als würde man versuchen, sich mit dem bayrischen Dialekt des 18. Jahrhunderts im modernen Deutschland durchzuschlagen: Alles dauert länger, manches wird wahrscheinlich überhaupt nicht funktionieren.

Gegenüber ihren Vorgängern bieten neuere Versionen dieser Skriptsprachen, zu denen u. a. das sehr bekannte PHP gehört, zudem den Vorteil einer schnelleren Ladezeit. Das ist nicht nur für Besucher der Website ein sehr angenehmer Effekt: Dass die Aufmerksamkeitspanne und Geduld im Internet immer geringer werden, ist erwiesen. Eine Investition in die Ladegeschwindigkeit der Website ist somit eine direkte Investition in Neukunden und genauso in die Kundenbindung. Ferner ist der Einfluss der Ladegeschwindigkeit auf das Google-Ranking nicht zu unterschätzen: Suchmaschinen bevorzugen schnell ladende Websites gegenüber langsameren heute noch stärker als es in der Vergangenheit schon der Fall war.

Ideen umsetzen oder verzichten

Gibt es eine neue Idee und soll diese auf der Website umgesetzt werden, ist dies nicht nur eine Frage des Designs, sondern stets auch der technischen Machbarkeit. Werden Updates des CMS (Content-Management-System) oder der Skriptsprache PHP nicht durchgeführt, stehen neue technische Möglichkeiten, die mit den aktuellsten Systemversionen veröffentlicht wurden, nicht zur Verfügung. Ein gutes Beispiel sind moderne, hoch aufgelöste und interaktive Bildergalerien, wie sie z. B. für Projekt-Referenzen gern genutzt werden: Auf alten Systemen können »Spielereien« dieser Art oftmals, wenn überhaupt, nur mit viel Aufwand »nachgebaut« werden. Häufen sich Vorkommnisse dieser Art, kosten sie in der Summe mehr als man für ein System-Update gezahlt hätte.

Sichere Website oder lieber die Tür offen lassen?

Websites mit veralteten Systemversionen sind ein leichtes Ziel für Hacker. Aber wer sollte schon die Website eines durchschnittlichen Mittelständlers angreifen? Leider konzentrieren sich Hacker nicht nur auf die großen Fische, wie viele Website-Betreiber gerne glauben. Hacker verwenden in der Regel sogenannte automatische Bots, die in bekannte Sicherheitslücken veralteter Systeme eindringen. Wird der Server, auf dem eine

solche veraltete Unternehmenswebsite liegt, durch einen Bot mit Viren infiziert, kann er z. B. als Teil eines sogenannten Botnetzwerks den Hackern auch noch dabei helfen, ihre Spam-Angriffe durchzuführen und sogar zu erweitern. Auch Phishing-Seiten, die installiert werden, um Zugangs-, Konto- oder andere vertrauliche Daten abzufangen, sind das Werk von Hackern. Je länger die von Ihnen genutzten Systeme keinem Update unterzogen wurden, desto anfälliger ist Ihre Website für solche Attacken. Auch die Gesetzgebung reagiert auf das Sicherheitsproblem: Seit Inkrafttreten des IT-Sicherheitsgesetzes am 3. Mai 2016 können Website-Betreiber bei nicht rechtzeitigem Handeln, Fahrlässigkeit oder Unterlassung für Schäden zur Verantwortung gezogen werden, die durch Hackerangriffe entstanden sind.

Wer kann diesen »Dinosaurier« noch reparieren?

Man kennt das aus dem »echten« Leben: Wenn etwas nicht funktioniert, wie es soll, wendet man sich an den Support. Während bei vielen anderen Problemstellungen, beispielsweise bei einer nicht funktionierenden Bestellung im Online-Shop, qualifizierte Hilfe zu erwarten ist, sieht es damit bei veralteten Websites oft schon

ganz anders aus. Dass alte Website-Codes häufig anderen Formalien unterliegen und anders aufgebaut sind, als das bei zeitgemäßen Codes der Fall wäre, macht die Fehlersuche und -beseitigung umso schwieriger und langwieriger. So kann es Websites mit veralteten Systemen schon bei vermeintlich einfachen Vorkommnissen (wie beispielsweise einer nicht funktionierenden Sicherheitsabfrage im Kontaktformular) passieren, dass die Reparatur ohne ein System-Update schlicht nicht möglich ist. Ein Auto, das einfach nicht mehr zu reparieren ist, weil keine Werkstatt sich mehr mit der Technik auskennt? Kein schöner Gedanke.

Ein Hackerangriff kann fatale Folgen für eine Unternehmenswebsite haben. Im schlimmsten Fall ist sie gänzlich unbrauchbar. Falls sie überhaupt noch zu retten ist, wird die Reparatur teuer und kostet dutzende Stunden Arbeit – regelmäßige Updates sind deutlich günstiger! Riskieren Sie nicht, mit Ihrem Wagen auf der Autobahn auf dem Weg zum Großkunden liegen zu bleiben. Investieren Sie lieber die nötige Zeit und das Budget für die regelmäßige Wartung!

Maria Gölz

Die Autorin ist seit Dezember 2015 Mitglied im Team von wind-turbine.com und unterstützt Unternehmen der Erneuerbare-Energien-Branche dabei, ihre Kundenansprache im Internet zu verbessern. Dazu kommt nicht nur bezahlte Werbung, sondern immer stärker auch hochwertiger Content zum Einsatz.