



Donis Marshall, John Bruno

Solid Code

Unterschleißheim 2009
 Microsoft Press
 346 Seiten
 34,90 €
 ISBN 978-3-86645-644-8

Perfekten Code schreibt niemand. Um dennoch diesem Ziel näher zu kommen, haben Marshall und Bruno dieses Werk verfasst. Ausgehend von konventioneller Softwareentwicklung kommen sie schnell zu agilen Methoden (Scrum, XP, TDD), denen sie den Vorzug geben. Die Autoren legen Strategien für das Schreiben von solidem Code dar. Au-

ßer dem Herausarbeiten, dass in frühen Phasen gefundene Bugs weniger Zeitaufwand zur Behebung benötigen, stellen sie allgemein anerkannte Verfahren vor, etwa den Einsatz von UML oder Patterns in der Softwareerstellung.

Den Fokus legen Marshall und Bruno auf verwalteten .Net-Code, wobei ihre manchmal eingestreuten Bei-

spiele in C# geschrieben sind. Außer Klassendesign und Prototyping sowie Metaprogramming geht das Autorengespann im Kapitel „Performance ist ein Feature“ auf das Thema Leistung ein. Sie reißen Strategien zur Verbesserung der Performance von Webanwendungen an, stellen Analysetools wie HttpWatch vor und geben einen Einblick in die Performancebemühungen vom Microsofts Live Search Team.

Im Kapitel über den verwalteten Speicher stellen die Autoren dessen Arbeitsweise vor sowie den Garbage Collector und zeigen mit dem *Dispose*-Entwurfsmuster eine Alternative zu der nicht deterministischen Methode *Finalize*. Dieser Abschnitt beinhaltet ein paar Codebeispiele, die sonst nicht so zahlreich im Buch vertreten sind, wie sich das ein Entwickler wünschen mag.

Weitere Themen aus dem Umfeld des Entwicklungsprozesses runden das Werk ab. Die Autoren gehen auf Sicherheit im Design und in der Implementierung ein, nehmen sich der defensiven Programmierung an und bringen schließlich Ausführungen zur Codeanalyse.

Das Buch richtet sich gleichermaßen an Manager und Softwareentwickler. Durch diesen Spagat können Marshall und Bruno für den .Net-Entwickler an der einen oder anderen Stelle nicht tief genug in die jeweilige Thematik einsteigen. Wie oben erwähnt, sind die Codebeispiele nicht gerade zahlreich und detailliert, wie es für diese Leserguppe wünschenswert wäre. Allerdings halten die Autoren eine Website mit dem teilweise nur angerissenen Beispielcode bereit.

KARSTEN KISSER



Detlef Apel, Wolfgang Behme, Rüdiger Eberlein, Christian Merighi

Datenqualität erfolgreich steuern

Praxislösungen für Business-Intelligence-Projekte

München, Wien 2009
 Carl Hanser
 284 Seiten
 59,90 €
 ISBN 978-3-446-42056-4

Das digitale Gold vieler Unternehmen steckt in ihren Daten. Insofern wäre es für die optimale Nutzung schön, wenn der Datenbestand homogen, in Normalform in nur einem Verwaltungssystem vorliegt und sich dieser Zustand durch Änderungen nicht negativ verändert. Dieses Idealbild soll sich auch nicht verschlechtern, wenn unterschiedliche Systeme integriert werden oder gar Unternehmen durch Zukäufe verschmelzen. Schließlich muss eine Firma jederzeit in

der Lage sein, rechtlichen Anforderungen zu genügen, ihre Kunden nicht durch Datenschiefstände zu verprellen und die Planung im Rahmen der Business Intelligence durch stimmige Informationen zu unterstützen.

Dieser hehre Wunsch erfüllt sich jedoch nicht von alleine. Die Datenqualität in Unternehmen muss aktiv gesteuert werden. Dieser Aufgabe haben sich die Autoren in ihrem bei Hanser im Rahmen der tdwi-Reihe erschienenen Werk gewid-

met. Was sofort auffällt, ist die Übertragung des Themas auf das Buch selbst. Lesezeichen, Papier, Satz, Grafiken – alles weist eine dem Thema entsprechende Qualität auf.

Während sich der erste der drei Teile der Theorie mit den Themen Datenqualität, Ursachen, Ausprägungen, Auswirkungen, Organisation, Referenzarchitekturen und Kennzahlen widmet, wird der zweite mit dem Titel „Technische Umsetzung“ schon praktischer. Auf dessen 140 Seiten befassen sich die Autoren mit der Verbesserung der Daten schon in den Quellsystemen, dem Profiling, der Validierung und Filterung, Standardisierung und Bereinigung, Anreicherung und der Verbesserung der Daten in der Bereitstellung und Präsentation. Außerdem werden Metadaten, Monitoring sowie Produktauswahl behandelt – das richtige Basiswissen für eigene Maßnahmen in der Praxis. Diese ist Inhalt des dritten Teils. Er

betrachtet die Phasen der Studie, Spezifikation, Konstruktion, Realisierung und Betrieb tiefer.

Insgesamt enthalten die knapp 280 Seiten viele Informationen und hilfreiche Grafiken. Dabei kann der Leser den Autoren stets gut folgen. Während der Theorie sind die Zusammenhänge nicht immer sofort klar, aber bald wird deutlich, wie wichtig Datenqualität und deren Management für Unternehmen sind. Mit der Betrachtung der Technik laufen die Fäden zusammen, und der Leser erkennt viele sinnvolle Schrauben zur Qualitätsverbesserung und -sicherung seiner Datenbasis. Dabei ist es irrelevant, ob es sich anfänglich nur um punktuelle Verbesserungen im eigenen Verantwortungsbereich oder die Sicherung der unternehmensweiten Datenqualität handelt – das eigentliche Ziel. So bleibt als Fazit nur die uneingeschränkte Empfehlung des Werks.

FRANK MÜLLER



Holger Reibold

OpenX kompakt

Perfektes Marketing und wirtschaftlicher Erfolg mithilfe des freien Adservers

Saarbrücken 2009
bomots Verlag
220 Seiten
19,80 €
ISBN 978-3-939316-48-0

Technik und Nutzung von Adservern war jahrelang „Druidenwissen“. Nur wenige kannten sich mit der Anwendung und dem Betrieb solcher Systeme aus; zu meist Profis in Werbeagenturen, Verlagen, bei Onlinevermarktern oder großen Websites. Diesen Umstand spiegelt die hierzulande dürftige Fachliteratur zu diesem Themenkomplex wider.

Dabei kommt der gemeine Internetnutzer auf Schritt und Tritt mit dem Onlinemarketing in Berührung. Sei es bei einer einfachen Suchanfrage bei Google (AdWord), sei es bei der Einbindung von AdSense-Text- oder -Displaywerbung auf dem eigenen Weblog. Darüber hinaus waren große Übernahmen in der Branche immer eine Nachricht wert. Google übernahm

2007 für 1,3 Mrd. Dollar den Adserver-Hersteller DoubleClick und machte in jüngster Zeit mit dem Kauf des auf mobile Onlinewerbung spezialisierten Unternehmens AdMob für 750 Mio. Dollar von sich reden. Literatur zum Thema Suchmaschinenmarketing gibt es im Gegensatz zu der über Ad-serving reichlich. Reibold ist der erste deutsche Autor, der sich des Themas Ad-serving im Allgemeinen und der Verwendung von OpenX im Speziellen angenommen hat. Neun Kapitel sowie ein Anhang des 220 Seiten langen Werks beschreiben Hintergründe und die konkrete Nutzung von OpenX in der Version 2.8.1.

Außer einer ausführlichen Installationsanleitung und einem Kapitel über die Administration des Systems beschreibt der Autor im fortgeschrittenen Teil, wie man

eine Website optimal inventarisiert und wie sich Googles AdSense-Kampagnen einbinden lassen. Immer wieder verdeutlichen Abbildungen das Vorgehen. Einen inhaltlich großen Raum nimmt darüber hinaus das Thema Sicherheit des Adservers ein. Reibold geht kurz auf die üblichen Angriffsszenarien wie Cross-Site Scripting, SQL-Injektion und Sicherheitseinstellung auf Dateiebene ein. Diese Sachverhalte sind natürlich auf ein paar Seiten nicht erschöpfend darzustellen, sodass der Autor auf den konkreten Einsatz von ModSecurity als Webapplication-Firewall zu sprechen kommt.

Ein sechsseitiges Glossar, das in die „Sprache“ des Onlinemarketings und der Adserver-Methodologie einführt, runden die knappe Einführung ab.

RAMON WARTALA

Anzeige