Web 2.0 Definition und Einsatzmöglichkeiten

Der Begriff Web 2.0 bezeichnet die zweite, moderne Generation des Internets und dessen neue interaktive Techniken und Dienste. Beim Web 2.0 geht es um Partizipation, Vernetzung und Austausch. WWW-Nutzer/innen können sich durch Soziale Medien (*social media*) auf speziellen Plattformen aktiv einbringen, eigene Inhalte beisteuern (*User-generated Content*) und sich zu Interessensgemeinschaften (*Communities*) vernetzen. Web 2.0 wird daher auch als „Mitmach-Web“ bezeichnet.

Durch das Web 2.0 wird Kommunikation in den *Online*-Bereich verlegt und öffentlich geführt. Für Unternehmen heißt das: (Potentielle) Kund/innen teilen öffentlich ihre Wünsche, Bedürfnisse und Verbesserungsvorschläge mit. Durch die Präsenz von Unternehmen in den *Social Media* wird die Beziehung zum Kunden immer enger, die Kundenbindung erhöht und das Vertrauen in das Unternehmen wächst. Mit Einbeziehung von Web 2.0 können Anbieter den Benutzer/innen und ihren Bedürfnissen und Bedarfen erheblich näher kommen, als dies mit konventionellen Mitteln möglich ist. Zudem können neue Benutzergruppen, hier vor allem die *Internet natives* (Menschen, die mit Internet aufgewachsen sind) und die *Internet immigrants* (Menschen, für die das Internet erst später Teil ihres Lebens wurde), erschlossen werden.

Die Möglichkeiten des Web 2.0 werden z. B. von Unternehmen zu Marketingzwecken genutzt, indem Nutzer/innen motiviert werden, selbst Beiträge zu ihren Webseiten zu leisten und sie anderen, u.a. ihren Bezugspersonen (ihrer „*community*“ oder ihre „Freunde“), zugänglich zu machen. Das *Push*-Prinzip der Werbung wird damit durch das *Pull*-Prinzip ergänzt. Indem Markenbotschaften in die persönliche Kommunikation der Mitglieder von sozialen Netzwerken einfließen, kann eine positive Beziehung zur Marke hergestellt werden.

Wesentlich bei der Einbeziehung von Web 2.0 in Marketing- und Kundenkommunikations - Strategien ist es, dass Reaktionen auf *User*-Beiträge zügig erfolgen und häufig neue Beiträge eingestellt werden und zwar unabhängig davon, ob die Web 2.0-Dienste zu Werbezwecken oder zur Information genutzt werden. Andernfalls kann das Interesse der *User* schnell erlöschen. Der Einsatz von Web 2.0 meint daher nicht alleine die Nutzung von Web 2.0-Werkzeugen, sondern auch eine dahinter stehende Kultur der Aufgabenerfüllung:

- Im Zentrum des Tuns stehen die Menschen, nicht das Angebot
- Den Kund/innen wird ein „Ort“ für ihren Beteiligungswillen angeboten
- Konstanter kommunikativer In- und Output findet in beide Richtungen statt.

Die Ziele des Einsatzes von Web 2.0 im Überblick:

- Dialog mit Kund/innen „auf Augenhöhe“
- Austausch von Informationen und Meinungen
- Austausch über oder von Dienstleistungen
- virale Verbreitung von Markenbotschaften
- Markenstärkung
- Empfehlungsmarketing ausbauen
- Erreichen neuer Zielgruppen

Beschreibung der interaktiven Techniken und Dienste:

- **RSS-Feed**

Bei *RSS-Feeds* handelt es sich um vorschauähnliche, aktuelle Kurzinformationen von Webinhalten, ähnlich einem Newsticker. Die Dienste können meist kostenfrei vom Anbieter per Mausklick abonniert werden und verweisen oft per Link auf ausführliche Inhalte. Neben Computern werden heute auch viele portable Endgeräte (Handy, PDA, MP3-Player etc) für diesen Service genutzt.
- **Alerts**

Alerts (vgl. *Google-Alerts*) informieren einen Abonnenten per *E-mail*, wenn zu einem vom *User* vorgegebenen Schlagwort im Internet neue Infos eingestellt worden sind.
- **Weblog**

Ein *Weblog* ist eine Webseite, die periodisch neue Einträge eines festgelegten Autoren(kreises) erhält, wobei das Neueste immer an erster Stelle steht. Es ist ein Medium zur Darstellung des eigenen Lebens und von Meinungen zu oftmals spezifischen Themengruppen. Weiter vertieft kann es auch sowohl dem Austausch von Informationen als auch der Kommunikation dienen. Der Begriff ist eine Kreuzung aus den Wörtern *Web* und *Log*, das Schreiben in einem *Weblog* wird als *bloggen* bezeichnet. *Weblogs* waren zunächst hauptsächlich *Online*-Tagebücher. Zurzeit gibt es ca. 60 Mio. *Weblogs* weltweit.
- **Forum**

Ein nicht festgelegter Autorenkreis verfasst Einträge in einem festgelegten thematischen Zusammenhang Themen, die in chronologisch umgekehrter Reihenfolge – moderiert oder nicht moderiert - aufgelistet werden.
- **Wiki**

Eine Sammlung von Intra- oder Internetseiten, die von festgelegten oder nicht festgelegten Benutzern (*Usern*) erstellt sind und von festgelegten oder nicht festgelegten *Usern* frei überarbeitet werden können und miteinander verlinkt sind. Bekanntestes Beispiel: *Wikipedia*.
- **Soziale Netzwerke:**

Soziale Netzwerke stellen soziale Beziehungen im Internet dar. Sie ermöglichen es dem Nutzer, ein Profil zu erstellen und Kontakte zu verwalten. Meist können sich die Mitglieder in Gruppen oder *Communities* untereinander austauschen und Inhalte bewerten.

 - **Facebook**

Das bekannteste Soziale Netzwerk, klassische Selbstdarstellungsplattform von Privatpersonen und Unternehmen, auf der die eingestellten Daten Austausch mit anderen und Bewertung generieren sollen. Allein in Deutschland gibt es ca. 22 Millionen Nutzer/innen. Dem US-amerikanischen Betreiber von *Facebook* werden Verstöße gegen das deutsche Datenschutzgesetz vorgeworfen, der Landesdatenschutzbeauftragte von Schleswig-Holstein hat daher angewiesen, dass kommunale Anbieter *Facebook*-Fanseiten und „Gefällt mir“-Buttons abschalten.
 - **Xing**

Ist eine webbasierte Plattform, in der vorrangig geschäftliche Kontakte zu anderen Personen verwaltet werden. Es können auch Unternehmensprofile angelegt werden.
 - **Twitter**

Kurznachrichten, die entweder über einen PC mit Internetzugang oder ein Mobiltelefon gesendet und empfangen werden können. Begrenzung der Nachricht auf 180 Zeichen.
 - **Google+**

Ist ein soziales Netzwerk von Google und wird derzeit als größter künftiger Konkurrent von *Facebook* gesehen. Derzeit ist eine Registrierung nur über eine Einladung möglich, Unternehmensprofile dürfen noch nicht angelegt werden, sind aber geplant. Vorteil gegenüber *Facebook*: die Kontakte werden in „*circles*“ verwaltet, so dass der Informationsfluss gesteuert werden kann. Abzuwarten ist, ob *Google+* dem deutschen Datenschutzrecht entspricht.

- **Youtube**
Videportal mit internationalen, aber auch deutschsprachigen Inhalten. Videos können kommentiert, bewertet, weiterempfohlen und selbst eingestellt werden.
- **Flickr**
Online-Fotoplattform, auf der digitale Fotos online abgespeichert, organisiert (verschlagwortet) und anderen zur Verfügung gestellt werden können.
- **Weitere Netzwerke z.B. MySpace, StudiVZ, SchülerVZ, etc.**
- **Bewertungsportale (z.B. Qype, Ciao,...)**
Internetseiten, die darauf ausgerichtet sind, Kundenrezensionen aufzunehmen. Zu den Bewertungen können jeweils Stellungnahmen geschrieben werden. Risiko für den Bewerteten sind negative Rezensionen und Kommentare, seine Chance ist die Möglichkeit, direkte Kundenwünsche zu erfahren
- **Social-Tagging-Systeme (librarything.de etc.)**
Mit *Social Tagging* oder *Bookmarking* können eigene *Links* anderen zugänglich gemacht werden bzw. kann man auf Bookmarks anderer Nutzer zugreifen. Hierzu werden Schlagwörter vergeben. Mit einem Klick auf ein Schlagwort findet man die *Bookmarks* aller *User* zum Thema. Die Sortierung erfolgt nach Popularität.
- **Podcast:**
bezeichnet das Produzieren und Anbieten von abonnierbaren Mediendateien (Audio, oder Video) über das Internet.

Web 2.0-Konzept der Bildungswerke Norderstedt

Die Entscheidung, welche Web 2.0-Angebote von den Bildungswerken gemacht werden, ist u.a. verknüpft mit der Frage, welche Zielgruppen erreicht werden sollen. Die ARD/ZDF-Online-Studie 2011¹ stellt fest:

- Für die überwältigende Mehrheit (88 %) der *Onliner* ist das Produzieren von *User-generated Content* eher uninteressant, am interessiertesten sind dabei noch die 14 – 19jährigen, von denen immerhin 16 % eigene Beiträge ins Internet stellen. Von der Generation 50plus sind es nur 10 %. Die Zahlen haben sich seit 2007 kaum verändert.
- Anders sieht es aus bei der Nutzung privater Netzwerke: 71 % der unter 30-jährigen *Onliner* suchen regelmäßig ihre *Communities* auf, von den 30 – 49jährigen sind es 28 %, bei den 50 – 69-jährigen 14 % und bei den ab 70jährigen 10 %. Die Zahlen zeigen seit 2007 stetige Zuwächse.

Die Zahlen lassen den Schluss zu, dass seitens der Bildungswerke zur Erreichung der Zielgruppen ab 14 Jahren Community-Angebote erfolgsversprechende Marketing- und Kommunikationsträger sein können.

Bei der Einbindung des Web 2.0 gehen Stadtbücherei und Volkshochschule überwiegend getrennte Wege, um ihren unterschiedlichen Aufgaben und den unterschiedlichen Bedarfen ihrer Kund/innen / ihrer Zielgruppen gerecht werden zu können, und nutzen daher ihre jeweils eigene Web-Präsentation www.buecherei.norderstedt.de und www.vhs-norderstedt.de als Ausgangspunkt für ihre jeweiligen Web 2.0-Angebote“. Der Web-Auftritt der Bildungswerke www.bildungswerke-norderstedt.de soll auch in Bezug auf web 2.0-Angebote nur als „Schaufenster“ genutzt werden, indem hier die Pressemeldungen beider Sparten als **RSS-Feeds** und/oder **Twitter-Feeds** zur Verfügung gestellt werden.

Sachstand und Planung in der Stadtbücherei Norderstedt ⁱⁱ.

Für die bibliotheksseitige Nutzung der Möglichkeiten des web 2.0 hat sich in Deutschland in Analogie zur weltweiten Bezeichnung „library 2.0“ der Begriff „**Bibliothek 2.0**“ etabliert. Gerade für Kund/innen Öffentlicher Bibliotheken, den klassischen Informationsvermittlern, bietet die Einbeziehung von *Social media* den entscheidenden Mehrwert, dass benötigte Informationen unabhängig von Trägermedien und Formen zu finden sind bzw. geliefert werden können.

RSS-Feed

- 1) Nutzung: auf Veranstaltungen und Ausstellungen wird über den RSS-Feeds des Kulturbüros/Veranstaltungskalender hingewiesen.
- 2) Planung: Zusätzliche Nutzung siehe Bildungswerke.

Alerts

- 1) Nutzung: Abonnement-Möglichkeit von automatischen E-Mail-Benachrichtigungen, wenn es zu bestimmten, von den Kund/innen festgelegten Themen oder Autor/innen Neuerwerbungen gibt
- 2) Planung: Fortsetzung der Nutzung wie dargestellt.

Weblog

- 1) Nutzung: im Informationsdienst. Eine Realisierung von Weblogs im stadteigenen Web-Auftritt der Stadtbücherei ist zur Zeit laut Auskunft der EDV-Abteilung nicht möglich, wohl aber im Web-Auftritt der Bildungswerke Norderstedt. Genutzt wird die Möglichkeit derzeit für Literaturempfehlungen. Von der Homepage der Stadtbücherei wird auf www.bildungswerke-norderstedt.de/literaturblog verlinkt.
- 2) Planung: Fortsetzung der Nutzung wie unter 2) dargestellt. Die Nutzung des Literaturblogs durch Angehörige von Literaturzirkeln in Norderstedt soll beworben werden.

Forum

- 1) Nutzung: Eine Realisierung von Foren im stadteigenen Web-Auftritt der Stadtbücherei ist aktuell laut Auskunft der EDV-Abteilung nicht möglich, wohl aber auf der Homepage der Bildungswerke.
- 2) Planung: Das Thema wird von der Stadtbücherei Norderstedt nicht weiter verfolgt.

Wiki

- 1) Nutzung: Die Stadtbücherei beteiligt sich an fachlichen Wikis für interne Zwecke und zur Beschaffung von Informationen für Kund/innen. Eine Realisierung von eigenen Wikis durch die Stadtbücherei mit externen Zugriffsmöglichkeiten müsste aus Sicherheitsgründen außerhalb des Stadtserver gehostet werden.
- 2) Planung: Fortsetzung der Nutzung wie unter 2) dargestellt. Ein eigenes Wiki ist in der Stadtbücherei Norderstedt aktuell nicht geplant.

Soziale Netzwerke:

Ca. 20 Öffentlichen Bibliotheken in Deutschland sind in einer Quelleⁱⁱⁱ gelistet als „Bibliotheken im *Social Web*“ mit *Facebook*- und bzw. oder *Twitter*-Accounts. Eine Aufstellung der Bibliotheken, die in *YouTube* und anderen Netzen präsent sind, liegt nicht vor. Eine besonders erfolgreiche *Facebook*-Arbeit leistet die Mediothek Krefeld (1.499 *Fans*), *Twitter* hingegen wird besonders erfolgreich in der Stadtbibliothek Chemnitz eingesetzt (657 *Follower*).

• Facebook

- 1) Nutzung: Bislang nur passive Nutzung im fachlichen Kontext.
- 2) Planung: Fortsetzung der Nutzung wie unter 1) dargestellt. Soll aktiv zur Imagebildung, Kommunikation und Bedarfsermittlung eingesetzt werden, wenn der Betreiber Veränderungen in Bezug auf Datenschutz vorgenommen hat.

- **Google+**
Ist noch nicht öffentlich freigegeben. Sobald eine Firmenregistrierung möglich ist und sie den Datenschutzbestimmungen genügt, ist seitens der Stadtbücherei ein eigener *Account* geplant.
- **Twitter**
 - 1) Nutzung: Bislang nur passive Nutzung im fachlichen Kontext
 - 2) Planung: Die Einbindungsmöglichkeit eines eigenen *Accounts* mit Link von der Seite der Stadtbücherei wird in Zusammenarbeit mit der EDV-Abteilung geprüft. Vgl. auch Twitter bei Bildungswerke Norderstedt. Hat sich in Bibliotheken bewährt für Austausch fachlicher Infos sowie zu Marketingzwecken und Kundenkommunikation.
- **Youtube**
 - 1) Nutzung: Wird im Info-Dienst sowie zur Selbstdarstellung genutzt, hierfür gibt es einen Link auf der Homepage der Stadtbücherei www.buecherei.norderstedt.de/kaleidoskop, aktuell mit einem Testfilm.
 - 2) Planung: Fortsetzung der Nutzung wie unter 1) dargestellt, ab Herbst 2011 mit attraktiven Videoclips von Veranstaltungen in der Stadtbücherei.
Langfristige Planung: Nutzung für Einführungen in die Büchereibenutzung etc / für interne Schulungswewecke etc. Nutzung in Öffentlichen Bibliotheken: zur Informationsbeschaffung (Suche nach Musikvideos, Konzertmitschnitten, Werbespots, TV-Klassikern, berühmten Persönlichkeiten, Politikern...) sowie für Marketing (auf Angebotspalette hinweisen und über erzeugten positiven Eindruck für die Büchereinutzung werben) und Kommunikation. Hat sich in Bibliotheken bewährt für Marketingzwecke und Kundenkommunikation.
- **Flickr**
 - 1) Nutzung: Nutzung für interne Zwecke und Suche nach Fotos zu bestimmten Themen im Informationsdienst
 - 2) Planung: Fortsetzung der Nutzung wie unter 1) dargestellt.
- **Social-Tagging-Systeme (z. B. librarything.de)**
 - 1) Nutzung: zur Informationsbeschaffung
 - 2) Planung: Fortsetzung der Nutzung wie unter 1) dargestellt. Die Möglichkeit der Verlinkung von der Homepage bzw. vom OPAC aus wird geprüft. Hat sich in Bibliotheken bewährt als zusätzliches Informationsangebot sowie zu Marketingzwecken.
- **Bewertungsportale:**
 - 1) Nutzung: Regelmäßige Prüfung und Auswertung im Rahmen des Qualitätsmanagements, bislang ohne eigene Kommentierung.
 - 2) Planung: Fortsetzung der Nutzung wie unter 1) dargestellt, jedoch mit Kommentierung, vor allem um kritischen Berichten etwas entgegenzusetzen.

Sachstand und Planung in der Volkshochschule Norderstedt

RSS-Feed:

Jede Platzierung von aktuellen News/ Pressemitteilungen auf der homepage www.vhs-norderstedt.de wird dem Abonnenten automatisch als *RSS-Feed* zur Verfügung gestellt. Die Einstellung von News erfolgt mindestens wöchentlich.

Alerts:

Die Bereitstellung eines eigenen *Alert*-Dienstes auf der Homepage ist nicht geplant, da Informationen über Änderungen/ Aktualisierungen auf der *VHS-Website* über das *RSS-Feed* abonniert werden können und ein eigener *Alert*-Dienst keinen Mehrwert für die Kund/innen bringen würde.

Blog:

Derzeit gibt es lediglich einen VHS-internen *Blog*, der von allen VHS-Mitarbeiter/innen abonniert ist und über VHS-relevante Themen informiert.

Die Einrichtung eines externen *VHS-Blogs* ist derzeit nicht geplant. *News* der VHS Norderstedt können über andere Kanäle besser transportiert werden und der personelle Aufwand steht nicht im Verhältnis zum Nutzen.

Forum:

Die VHS hat bereits Ende 2009 ein Kursleiter/innen-Forum eingerichtet. Über dieses Forum werden kursleiterspezifische Informationen übermittelt und diskutiert. Dieser *Blog* ist auf der *VHS-Website* eingebunden und passwortgeschützt.

Angedacht wurde bereits ein VHS-Kunden-Forum („VHS-Club“), in dem VHS-Teilnehmer/innen sich in kursbezogenen Unterforen, ggf. mit dem Dozenten / der Dozentin zu ihrem Kurs austauschen können und Arbeitsmaterialien downloaden können. Vorteil des „VHS-Clubs“ wäre die Kommunikation in einem geschützten, passwortgeschützten Raum unter Teilnehmer/innen. Die Umsetzung ist derzeit jedoch personell und finanziell nicht zu leisten. Vorrangig sollen kostengünstige bzw. kostenfreie Kommunikationswerkzeuge genutzt werden.

Wiki:

2010 wurde ein *Wiki* eingerichtet, das für den Austausch der Spanisch-Kursleiter/innen und -Teilnehmer/innen zur Verfügung steht. Speziell werden VHS-Veranstaltungen wie die „Fiesta Latina“, die jährlich mit den Spanisch-Teilnehmer/innen und -Dozenten/innen in der Schule am Rodelberg stattfindet, in dem *Wiki* geplant und dort auch Fotos eingestellt.

Die weitere Einrichtung von *Wikis* für spezielle Bereiche ist nach Bedarf jederzeit möglich.

Die Verwendung eines *Wikis* für den internen Gebrauch, nämlich für den Aufbau eines Wissensmanagements, ist in Planung.

Soziale Netzwerke:

- **Twitter:**

Die VHS besitzt und bedient seit 2009 einen eigenen Twitter-Account unter http://twitter.com/#!/vhs_norderstedt und hat derzeit 159 Follower. Über den Twitter Kanal werden regelmäßig aktuelle News der VHS mitgeteilt.

- **Facebook:**

Kaum ein Unternehmen kommt an *Facebook* vorbei. Da es jedoch nicht mit dem Einrichten einer Seite getan, sondern ausdauerndes Engagement gefragt ist, hängt die Entscheidung einer *Facebook*-Präsenz zwingend mit der Frage zusammen, wer die Seite betreuen soll. Da bisher keine Arbeitsstunden für diese zeitlich nicht zu unterschätzende Tätigkeit zur Verfügung stand, konnte bisher noch keine Seite eingerichtet werden. Ab dem 01.09.11 steht Personal im Rahmen des „freiwilligen sozialen Jahres in der Kultur“ zur Verfügung, welches unterstützend bei der Seitenpflege tätig werden kann. Die Erstellung von Facebook-Seiten im Jahre 2011 wäre realistisch, sofern der Betreiber Veränderungen in Bezug auf Datenschutz vornimmt.

- **Google+**
Sobald eine Firmenseitenerstellung möglich ist, soll eine VHS Norderstedt-Registrierung erfolgen.
- **Xing:**
Bisher sind einzelne Mitarbeiter/innen auf *Xing* vertreten, die in spezifischen Netzwerken (z.B. bundesweites VHS-Marketing Netzwerk) aktiv sind.
Das Anlegen einer kostenlosen Unternehmensseite soll dieses Jahr erfolgen.
- **Youtube:**
Es werden regelmäßig VHS-Videos (Mitschnitte aus Kursen, Presseberichte von Noa4 etc.) bei Youtube eingestellt. Ein Ausbau ist sinnvoll und geplant. Mit der oben erwähnten personellen Unterstützung für den Bereich Marketing ist auch geplant, eigene Videos zu erstellen und einzustellen.
- **Podcast:**
Die Erstellung von eigenen Podcasts ist sehr aufwändig und steht derzeit nicht im Fokus der *Social Media*-Aktivitäten.
- **Bewertungsportale:**
Präsenz optimieren und regelmäßig Einträge verfolgen und reagieren.

Übersicht über den Sach- und Planungsstand von kundenorientierten Web 2.0-Angeboten in den Bildungswerken

Angebot	Stadtbücherei	Volkshochschule
RSS Feed	Angebot vorhanden über Kulturbüro für Veranstaltungen auf der Homepage der Stadt. Geplant für Pressemeldungen über die Homepage der Bildungswerke	Angebot vorhanden
STB Alerts	Angebot vorhanden, bestandsbezogen	
Weblog	Angebot vorhanden, für Literaturempfehlungen	Interner Blog vorhanden – Ausbau für Extern nicht geplant
Forum	Nein	Kursleiterforum vorhanden – weiterer Ausbau derzeit nicht geplant
Wiki	Nein	Programmbereichsspezifisch vorhanden (Spanisch) – weitere Ausbau möglich
Facebook	Angebot geplant – Realisierung abhängig von den derzeitigen Diskussionen zum Datenschutz	Angebot geplant – Realisierung abhängig von den derzeitigen Diskussionen zum Datenschutz
Google+	Angebot geplant, wenn Firmendarstellung möglich und datenschutzrechtlich unbedenklich	Angebot geplant, wenn Firmendarstellung möglich – Datenschutz prüfen
Xing	Nein	Darstellung einer Unternehmensseite im Herbst 2011
Twitter	Angebot geplant	Vorhanden
Youtube	Angebot vorhanden, Erweiterung des Einsatzgebietes geplant	Vorhanden
Bewertungsportale	Kommentierung geplant ab November 2011	Präsenz im Herbst 2011 optimieren
Social Tagging	Angebot geplant, <i>librarything.de</i> , mit Link auf Homepage / Web-OPAC	Nein
Podcast	Nein	Nein

ⁱ ARD/ZDF-Online-Studie 2011. – In: Media-Perspektiven 7/8/2011. - Medienforschungsverbund Südwest, Frankfurt am Main 2011.

ⁱⁱ Zum Weiterlesen:

Weblog zu Bibliothek 2.0 <http://bibliothek2.wordpress.com>

Tame the Web. Innovative Ideen, Neuigkeiten, Informationen rund um das Thema Web 2.0 und Bibliotheken <http://tametheweb.com/>

Bergmann, Julia und Danowski, Patrick: Handbuch Bibliothek 2.0. ISBN 978-3-11-023209-7

Mashable! Top-aktuelle Informationsquelle für Neuigkeiten aus dem Bereich social-und digital media. Hier findet werden neue Trends, Dienstleistungen und Web-Angebote vorgestellt und analysiert.

<http://mashable.com/>

ⁱⁱⁱ www.zbw-mediatalk.eu/2011/07/bibliotheken-im-social-web-zbw-launcht-bibcharts-eu/