

Top-5 für Kirchen (realistisch & wirksam):

1) WhatsApp (essenziell)

Nutzung CH: nahezu 100 % der Altersgruppen
Zielgruppen: alle Generationen (Jugendliche, Familien, Senioren)

Warum wichtig:

stärkster und direktester Kommunikationskanal der Schweiz
hohe Öffnungsrate (80–95 %)
ideal für Impulse, Informationen, Gebetsanliegen, Termine

Was eine Kirche tun sollte:

WhatsApp-Kanal betreiben (Einweg-Kommunikation, DSGVO-freundlich)
Kurze Impulse („Wort für den Tag“)
Wocheninfo kompakt
Gruppen für Teams, Kleingruppen, Jugend
Keine Daten sensibler Personen posten

Warum wichtig:

Gottesdienste, Predigten, Musik, Tutorials
Auch für Suchmaschinenoptimierung (SEO)
Langlebige Inhalte, die wiedergefunden werden

Was Gemeinden tun sollten:

Predigten (lang/kürzer) hochladen
Lobpreis, Musik, Interviews
YouTube Shorts für Reichweite
Playlist-Struktur: Gottesdienste, Teaser, Musik, Zeugnisse

4) Facebook - ältere Generation

Nutzung CH: stark bei 40–75 Jahren
Zielgruppen: Senioren, Eltern, „Gemeindekern“

Warum wichtig:

Viele Kirchenmitglieder dieser Altersgruppe nutzen FB täglich
Ideal für Veranstaltungen, Bildergalerien, Rückblicke

Kommunikationsformen:

Eventankündigungen
Fotos
Infos der Kirchenleitung
Gruppen für Teams / Frauentreff / Seniorengruppe

2) Instagram -Hauptplattform

Nutzung CH: stark bei 14–40 Jahren, auch Eltern aktiv
Zielgruppen: Jugendliche, junge Erwachsene, Familien

Warum wichtig:

starke visuelle Plattform
sehr gutes Verhältnis von Aufwand zu Reichweite
Reels erzielen hohe Sichtbarkeit

Creator-Formate für Gemeinden:

Reels (z. B. kurze Inputs, behind-the-scenes, Event-Rückblicke)
Stories (Gemeindeleben zeigen, Interaktion)
Karussells (Lehre, Bibelverse, Erklärformate)
Fotos (Teams, Freiwillige, Gemeindealltag)

Strategische Rolle: Nähe, Identität, Inspiration.

5) TikTok (optionale Ergänzung JA)

Nutzung CH: dominant bei 10–25 Jahren
Zielgruppen: Jugendliche, junge Erwachsene

Warum wichtig:

Reichweite, wenn Kirche junge Menschen erreichen will
Niederschwellige Glaubensimpulse möglich

Formatempfehlung:

5–12 Sekunden Clips
Humorvoll, authentisch
„Frag den Pfarrer / Diakon“
Alltagsszenen aus Jugendgruppen

3) YouTube - für langfristige Inhalte

Nutzung CH: breit über alle Altersgruppen
Zielgruppen: Erwachsene, Musikinteressierte, Senioren

Plattform	15–24 Jahre	25–44 Jahre	45–64 Jahre	65+
WhatsApp	98 %	95 %	92 %	88 %
Instagram	93 %	75 %	40 %	18 %
TikTok	83 %	35 %	12 %	5 %
YouTube	97 %	90 %	80 %	63 %
Facebook	12 %	60 %	75 %	65 %

10-Schritte-Plan

1. Ziel & Botschaft definieren
2. Plattformen auswählen
3. Verantwortliche bestimmen
4. Ankündigungspost erstellen
5. Material vorbereiten (Foto, Video, Grafik)
6. Countdown starten
7. Live-Stories posten
8. Nach dem Anlass Highlights veröffentlichen
9. Dankeschön-Post – Save the Date
10. Auswertung & Lehren für nächstes Mal

Konkrete Umsetzung

Für gelungene Social-Media-Inhalte braucht es keine hochprofessionelle Ausrüstung. Die wichtigste Regel lautet: **Nutze das, was bereits vorhanden ist.** Moderne Smartphones bieten erstaunlich gute Ergebnisse – sowohl für Fotos als auch für Videos. Entscheidend ist weniger die Technik als die Klarheit der Botschaft und die Echtheit des Moments.

Tonaufnahmen

Gute Audioqualität macht einen grossen Unterschied.

- Mit **ca. CHF 300.–** erhält man bereits sehr gute Mikrofone (Richtmikrofone oder Ansteckmikrofone).
- Diese verbessern die Verständlichkeit massiv und machen Inhalte sofort professioneller.
- Auch für Predigtauszüge oder Videoimpulse gilt: **Ton wichtiger als Bild.**

Videoaufnahmen

Eine **Handykamera reicht oft vollständig aus.**

- ruhige Hand oder kleines Stativ
- gute Beleuchtung (Tageslicht oder zwei einfache Softboxen)
- klarer Bildausschnitt
- kurze, präzise Botschaften

Für Social Media funktionieren besonders gut:

- 10–30 Sekunden Reels
- kurze „Talking Head“-Clips
- Behind-the-Scenes Szenen aus dem Gemeindeleben

Bildererstellung

Auch für Fotos braucht es keine Profi-Kamera:

- Smartphones liefern heute sehr gute Bildqualität
- achte auf Licht, saubere Hintergründe und klare Motive
- Portraits, Momentaufnahmen und Gruppenfotos wirken besonders authentisch
- Bilder sollen **real, freundlich und nahbar** sein — nicht überinszeniert

Wenn möglich: ein kleines Team bestimmen, das regelmässig Fotos macht und so eine wachsende Bildbibliothek aufbaut

Herausforderungen der Nutzung sozialer Medien

Soziale Medien ermöglichen schnelle Kommunikation und Inspiration, bergen aber erhebliche Risiken. Inhalte sind oft emotionalisiert, ungeprüft oder verzerrt, da Algorithmen Aufregung und Polarisierung bevorzugen. Dies kann zu Fehlwahrnehmungen, Konflikten und Frustration führen.

Der Druck zur Selbstdarstellung trifft besonders junge Menschen: Vergleiche, unrealistische Ideale und anonyme Kritik können ihre psychische Gesundheit belasten. Gleichzeitig besteht die Gefahr, dass persönliche Informationen unbedacht geteilt werden und langfristige Folgen haben.

Für kirchliche Mitarbeitende gilt: Wer online kommuniziert, repräsentiert nicht nur sich selbst, sondern seine Gemeinschaft und letztlich Christus. Darum braucht es einen bewussten, verantwortungsvollen Umgang mit digitalen Räumen.

Christliche Kommunikation soll geprägt sein von:

- **Wahrhaftigkeit** (Epheser 4,25)
- **Liebe und Respekt** (Joh 13,34)
- **Achtsamkeit gegenüber der eigenen Wirkung** (Matth 12,36)
- **Bewahrung der Würde anderer** (Psalm 139)

Ein Hinweis mit Blick auf junge und ältere Menschen

Soziale Medien verbinden Millionen Menschen, gleichzeitig zeigen immer mehr Studien, dass intensiver Social-Media-Konsum paradoxerweise zu **Vereinsamung, Isolation und einer Schwächung sozialer Fähigkeiten** führen kann.

Viele Jugendliche — aber ebenso ältere Erwachsene — verbringen täglich mehrere Stunden online, oft mehr Zeit als im direkten Kontakt mit anderen. Genau dort entstehen Herausforderungen:

- Digitale Kommunikation ersetzt nicht echte Beziehung.
- Aufmerksamkeit in sozialen Medien ist keine echte Wertschätzung.
- Likes sind kein Zeichen wahrer Freundschaft.
- Konfliktlösung, Zuhören, Geduld und Nähe werden in digitalen Räumen kaum gelernt.

Dies betrifft besonders jene, die den sozialen Umgang **nicht ausreichend eingeübt haben**, sei es durch fehlende familiäre Bindungen, wenig reale Gemeinschaft oder schlicht dadurch, dass digitale Medien die primäre Kommunikationsform geworden sind.

Einige sind auch von der aktuellen Überflutung «abgelöscht» und mögliche den sozialen Umgang nicht mehr.

Bei älteren Menschen entsteht Einsamkeit oft, weil Social Media zwar Ablenkung bietet, aber echte Nähe nicht ersetzt.

Bei jungen Menschen, weil sie zwar ständig verbunden sind, aber selten tief.

- **Es ist nicht gut, dass der Mensch allein sei.** (Genesis 2,18)

Gott schafft den Menschen **für Beziehung** — zu ihm und zueinander.

Digitale Plattformen können Kontakt erleichtern, aber sie können **Begegnung, Vertrauen, Verbindlichkeit und Nähe nicht ersetzen**.

Christliche Gemeinschaft lebt von:

- echtem Dasein,
- geteilter Freude und getragenen Leid,
- Verantwortung füreinander,
- Versöhnung,
- ehrlichem Gespräch.

Soziale Medien können diese Werte unterstützen, aber niemals tragen.

Die junge Generation lernt den Umgang

Es gibt gute Gründe für Hoffnung:

- Jugendliche sind **nicht unreflektiert**, sondern oft sehr medienkritisch.
- Schulen, Eltern und Kirchen sprechen heute bewusster über digitale Risiken.
- Die junge Generation lernt, zwischen online und offline zu unterscheiden.
- Viele Jugendliche schätzen echte Gemeinschaft, wenn sie sie erleben.
- „Digital Detox“, Offline-Freizeiten und analoge Räume gewinnen an Bedeutung.

Die Chance liegt darin, junge Menschen zu begleiten, damit sie digitale Mittel **weislich** nutzen — nicht als Ersatz, sondern als Werkzeug.

Wie können Kirchen und Fachpersonen helfen?

1. Räume für echte Begegnung

- Offene Jugendräume
- Seniorentreffen
- Hauskreise
- Mentoring
- Gemeinsame Mahlzeiten

Menschen brauchen Orte, wo man sich wirklich sieht, hört und angenommen fühlt.

2. Digitale Kompetenzen fördern

Nicht Verbote, sondern Reflexion:

- Was tut mir gut?
- Wen vergleiche ich mit wem?
- Welche Beziehungen sind tragend?
- Wie viel Zeit am Bildschirm ist gesund?

3. Einsamkeit ernst nehmen

Einsamkeit ist kein persönliches Versagen.

Sie ist ein Symptom unserer Zeit und unserer Kultur.

4. Jugendliche stärken

- Mut machen, echte Freundschaften zu pflegen
- Vorbilder sein in Gesprächskultur
- Gruppenangebote schaffen, in denen sie sich ausprobieren können

5. Ältere Menschen begleiten

- Hilfestellung bei Mediennutzung
- Einladung zu realen Begegnungen
- Telefon, Besuchsdienst, kleine Gruppen

Viele Senioren nutzen Social Media isoliert — nicht als Ergänzung, sondern als Ersatz.

6. Kirche als Gegenkultur leben

Die Kirche ist ein Ort echter Beziehung. Sie kann das leben, was Social Media nur vorgibt:

- Nähe
- Annahme
- Geduld
- Zuhören
- Trost
- Dasein

Nicht perfekt — aber real.

KI-Modelle ende 2025

Modell / Tool	Schwerpunkt / Modalität	Bemerkung / Stärken
Sora (von OpenAI)	Text → Video (Text-to-Video)	Generiert aus Textprompts relativ realistische Videos (bis ~20 Sekunden, 1080p, unterschiedliche Seitenverhältnisse).
Runway Gen-4 / Gen-4.5 (bzw. Runway video-Modelle)	Video-Generierung (Text/Image → Video)	Sehr beliebt für kreative Social-Media- und Marketingvideos; unterstützt Text → Video und weitere Formate.
Kling AI	Text-to-Video / Video-Generierung	Kommerzielles Modell mit Fokus auf schnelle, stylisierte Videoerzeugung.
Hunyuan Video	Text-to-Video / Video-Generierung	Open-Source-bzw. frei verfügbare Alternative 2024/2025; gute Ergebnisse im Bereich Video-Generierung.
Mochi 1 (von Genmo)	Text-to-Video / Video-Generierung	Open-Source, mit Fokus auf kreative und flexible Videogenerierung.
Kandinsky 5.0	Bild- und Video-Generierung (Image & Video)	Neueste Familie von generativen Modellen (2025), mit Modellen für Bild- und Videoerzeugung inkl. höherer Parameteranzahl und guter Qualität.
Waver	Unified Image & Video Generation (Text-to-Video, Image-to-Video, Text-to-Image)	State-of-the-art-Modell (2025) mit überzeugender Motion-Qualität und guter Konsistenz über Video-Frames.
Bild-KI: Midjourney (und ähnliche Image-Generatoren)	Text ↔ Image, Konzeptvisualisierung	Bewährt für Visuals, Moodboards, kirchliche Flyer, Social-Media-Grafiken; häufig genutzt zuverlässig.

KI-Tools ende 2025

Tool / Modell	Kategorie / Funktion	Lizenz / Preis (grob) & Zugang	Stärken / Besonderheiten	Empfehlung für Kirche / Gemeinde-Kommunikation
DALL-E 3	Text → Bild	SaaS (OpenAI)	Sehr gute Bildqualität und Text-in-Bild-Darstellung, einfach zu bedienen.	Ideal für Grafiken, Andachtsbilder, Social-Media-Posts, Flyer, Poster.
Midjourney	Text → Bild	Paid (ab ca. 10 US-\$ / Monat)	Sehr künstlerisch / atmosphärisch, stark bei Illustrationen & stilisierten Bildern.	Für kreative Kirchenkommunikation, Illustrationen, stillvolle Visuals.
Stable Diffusion	Text/Bild → Bild (open-source möglich)	Oft frei oder günstig (je nach Hosting)	Flexible Anpassung, gute Kontrolle, oft mit Open-Source-Modellen.	Wenn man bildliche Inhalte selber hostet und volle Kontrolle will.
Canva AI	Bild/Grafik + einfache KI-Funktionen	SaaS, mit Gratis- und Premium-Version	Schnell einfache Grafiken, Text-Bild-Kombis, Layouts, Social-Media-Templates.	Gut für Gemeinden ohne Designer: Flyer, Präsentationen, Social Media.
Runway Gen-4 / Gen-4.5	Text/Bild → Video (AI-Video-Generierung)	Credit-/Abo-basiert; Standard-/Pro-Pläne verfügbar	Sehr gute Videoqualität, gute Stil- und Szenenkontrolle, vielseitig.	Für kirchliche Kurzvideos, Impulsclips, Social-Media-Videos.
Sora 2 (von OpenAI)	Text → Video + evtl. Audio	Abo-/Credit-System; kostenlose Nutzung stark limitiert	Sehr gute physikalische Animation, realistische Videos, mittlerweile audiovisuelle Clips möglich.	Ideal für kurze Missions-/Impulsvideos, Clips für Social Media, visuelle Andachten.
Kling AI	Text/Bild → Video / Video-Generierung	Abo-basiert (je nach Plan)	Fokus auf Animation, Motion, gute Charakter- bzw. Szenenerzeugung.	Für kleine Videoprojekte, Erklärvideos oder kreative Clips – mit vertretbarem Aufwand.
Pika Labs	Text/Bild → Video / Kurzvideos	Meist mit Gratis- und Bezahlversionen; Einstieg oft günstig	Gute Social-Media-Videos, einfache Bedienung, schnell einsetzbar.	Für Jugendliche, Social-Media-Reels, unkomplizierte visuelle Inhalte.
Synthesia	Video-Erzeugung mit Avataren / Präsentationen	Abo-basiert	Sehr einfach, mit Avataren, Sprachen, ideal für Erklärvideos, Andachten, Online-Formate.	Für Online-Gottesdienste, Erklär- oder Info-Videos, multinationale Inhalte.

Tool / Modell	Kategorie / Funktion	Lizenz / Preis (grob) & Zugang	Stärken / Besonderheiten	Empfehlung für Kirche / Gemeinde-Kommunikation
Google Gemini + Nano Banana Pro	Text, Bild, KI-Assistenz, Bild-Erzeugung	Gratis-/Bezahloptionen; pro-Version leistungsfähiger	Multimodal (Text, Bild, Sprache), gute Integration, alltagstauglich.	Für schnelle Texte, Bildideen, unkomplizierte Inhalte für Gemeinde-Kommunikation.
Flux AI	Text → Bild (Open-Source-/Experimentell)	oft kostenlos oder günstig (je nach Modell)	Gute Open-Source-Alternative, flexibel, oft leicht anpassbar.	Für kreative Gemeindearbeit mit kleinem Budget und technical know-how.
Leonardo.AI	Bildgenerierung, Grafikdesign	SaaS / subscription (oft günstiger als Premium-Tools)	Einfacher Einstieg, gute Ergebnisse, geeignet für Social Media & Print.	Für Posts, Flyer, Visuals ohne großen Aufwand.
Adobe Firefly	Bild + evtl. Video / Grafikdesign mit KI-Features	Teil von Adobe Creative Cloud (SaaS)	Integration mit Adobe-Workflow, gute Bildqualität, rechtlich sicherer Einsatz.	Für Gemeinden mit Bedarf an professioneller Gestaltung und Design-Sicherheit.
Veo 3 / Google Veo	Video-Generierung, (evtl. KI-Video)	Abo-basiert (Google-Plattform)	Gute Videoqualität, geeignet für professionelle Clips, Erklärvideos, Storytelling.	Für hochwertige Video-Inhalte, interne Kommunikation, Präsentationen.
Luma Dream Machine	Text/Bild → Video (KI-Video)	Je nach Plan, meist SaaS-basierend	Eher „artistic / stylized“ als realistisch, gute kreative Freiheit.	

Worauf du bei Gemeinde-/Kirchenkommunikation besonders schauen solltest

- **Kosten & Lizenzstruktur:** Achte darauf, ob das Tool Gratisversionen anbietet (z. B. Stable Diffusion, Flux AI, Canva AI), oder ob ein Abo nötig ist (Midjourney, Runway, Sora, etc.). Für gemeinnützige Zwecke gibt es z.t. Sonderkonditionen.
- **Medienformat & Zielgruppe:** Für Social-Media-Posts und Gemeinde-Grafiken reichen Bildgeneratoren wie DALL-E 3, Midjourney oder Stable Diffusion oft völlig aus. Für Videoclips — etwa Gottesdienst-Ankündigungen, Jugend-Impulsvideos oder kurze Andachten — sind Tools mit Sora, Runway oder Pika ideal.
- **Ethische & rechtliche Verantwortung:** Gerade bei Bildern oder Videos mit Menschen, Symbolik oder religiösem Inhalt ist Vorsicht geboten. Es braucht theologische und datenschutzkonforme Prüfung — KI darf nicht unkritisch übernommen werden.
- **Realisierbarkeit & Ressourcen:** Für kleine Gemeinden mit wenig technischem Hintergrund sind Tools mit einfacher Bedienung und Templates (Canva, Synthesia, Leonardo.AI) besonders geeignet. Wer technisch versierter ist, kann mit Stable Diffusion, Flux AI oder Runway kreativere, flexible Inhalte erzeugen..

Plan Soziale Medien

Vorher	Während	Nachher
Posts / Inhalte: ☐ Save-the-Date Grafik ☐ Ankündigung mit Key-Info ☐ Vorstellung des Teams / Programms ☐ Behind-the-scenes Foto / Video ☐ Countdown (Stories) Material / Vorbereitung: ☐ Titelbild / Grafik erstellen ☐ Reel/Video vorbereiten ☐ Event auf Facebook/Website eintragen ☐ WhatsApp-Ankündigung vorbereiten	Posts / Inhalte: ☐ Live-Stories (Atmosphäre, Musik, Menschen – DSG beachten) ☐ Kurzvideo / Clip ☐ Zitat oder Highlight-Moment ☐ Dank an Helferinnen/Helfer Hinweise: - Keine Kinder ohne Einwilligung filmen. - Fokus auf Stimmung, nicht Einzelpersonen.	Posts / Inhalte: ☐ Dankespost an Teilnehmende ☐ Highlight-Video / Reel ☐ Fotoalbum (Facebook) ☐ Wichtige Takeaways / Kernbotschaft ☐ „Save the date“ für nächsten Anlass

Gefahren beim Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI)

Der Einsatz von KI bietet viele Chancen, birgt aber auch wesentliche Risiken, die bewusst beachtet werden müssen. KI-Systeme erzeugen Inhalte, ohne deren Wahrheit oder ethische Auswirkungen zu verstehen. Sie können falsche oder verzerrte Informationen liefern, Vorurteile verstärken und scheinbar „echte“ Bilder, Videos oder Texte erzeugen, die inhaltlich nicht korrekt sind. Besonders heikel wird es, wenn Personen dargestellt oder zitiert werden, ohne dass diese tatsächlich beteiligt sind.

Zudem besteht die Gefahr, dass vertrauliche oder personenbezogene Daten in KI-Systemen verarbeitet werden, die nicht kontrolliert oder gelöscht werden können. Deshalb dürfen keine sensiblen Informationen eingegeben oder weitergegeben werden. Auch theologische Aussagen oder seelsorgerliche Inhalte müssen immer von Menschen geprüft werden, da KI keine geistliche Verantwortung trägt.

KI ist ein Werkzeug, aber keine Quelle von Wahrheit, Weisheit oder Offenbarung. Sie kennt keine Beziehung, kein Gewissen und keine geistliche Verantwortung. Der Mensch jedoch ist nach biblischem Verständnis als Ebenbild Gottes geschaffen und trägt eine unveräusserliche Würde sowie Verantwortung für Wahrheit und Integrität (Genesis 1,26–27).

KI kann Texte und Bilder erzeugen, aber keine Liebe, keine Wahrheit im biblischen Sinn und kein geistliches Urteilsvermögen. Geistliche Leitung, Auslegung der Bibel und seelsorgerlicher Rat dürfen deshalb nicht an Maschinen delegiert werden.

KI kann die Arbeit erleichtern – aber sie darf nie geistliche Verantwortung, Beziehung oder menschliches Urteil ersetzen.

Checkliste für Kirchen im Umgang mit KI

1. Verantwortung & Haltung

- ☐ KI ist ein Werkzeug – geistliche Verantwortung bleibt beim Menschen.
- ☐ Inhalte aus KI **immer prüfen** (theologisch, inhaltlich, ethisch).
- ☐ KI niemals als „geistliche Autorität“ darstellen.
- ☐ Transparenz: Wo KI verwendet wurde, klar kommunizieren, wenn nötig.

- ☐ Bildgenerierung für Flyer, Präsentationen, Illustration.
- ☐ Planung & Strukturierung (Agenda, Abläufe, Konzepte).

Nicht geeignet für:

- ☐ Seelsorge, geistliche Beratung, vertrauliche Gespräche.
- ☐ Pastoraltheologische Entscheidungen.
- ☐ Sensible oder konfliktrelevante Kommunikation.

2. Datenschutz & Sicherheit

- ☐ Keine personenbezogenen Daten in KI-Systeme eingeben.
- ☐ Keine vertraulichen Gespräche, seelsorgerlichen Inhalte oder Namen einfügen.
- ☐ Bei Bildern: Einwilligungen beachten, besonders bei Kindern/Jugendlichen.
- ☐ Klären, welche KI-Tools DSGVO-/DSG-konform sind.

5. Ethische Leitplanken

- ☐ Wahrheit und Integrität haben Vorrang vor Effizienz.
- ☐ Keine manipulative Kommunikation oder „Fake-Personen“.
- ☐ KI darf keine Menschen ersetzen – Beziehungen sind zentral.
- ☐ Respekt vor Menschenwürde und Gottes Ebenbild im Menschen.

3. Inhaltliche Qualität

- ☐ Fakten prüfen – KI kann überzeugend falsche Inhalte erzeugen.
- ☐ Theologische Aussagen immer gegen Bibelverständnis der Gemeinde prüfen.
- ☐ Tonfall & Werte: Passt der Stil zu christlicher Kommunikation?
- ☐ KI-generierte Bilder auf unrealistische, verzerrte oder irreführende Elemente prüfen.

6. Kommunikation & Transparenz

- ☐ Team informieren, wie KI genutzt wird.
- ☐ Gemeindeführung einbeziehen, vor allem bei offiziellen Kanälen.
- ☐ KI-Einsatz dokumentieren bei wiederkehrenden Prozessen.

4. Einsatzbereiche

- ☐ Ideenfindung für Predigten, Andachten, Projekte.
- ☐ Formulierungshilfe für Social Media & Gemeindekommunikation.

7. Schulung & Kompetenz

- ☐ Mindestens eine Person im Team wird KI-verantwortlich (Basic Know-how).
- ☐ Regelmässige Schulungen, Austausch über Chancen & Risiken.
- ☐ Pilotprojekte starten und Erfahrungen sammeln.

Links

<https://www.jesus.de/kategorie/glauben-leben/digitale-kirche/>

<https://www.mrjugendarbeit.com/>

<https://www.ins-netz-gehen.info/>

<https://communiapp.de>

<https://beunity.io>