FLÜCHTLINGSDEBATTE ONLINE

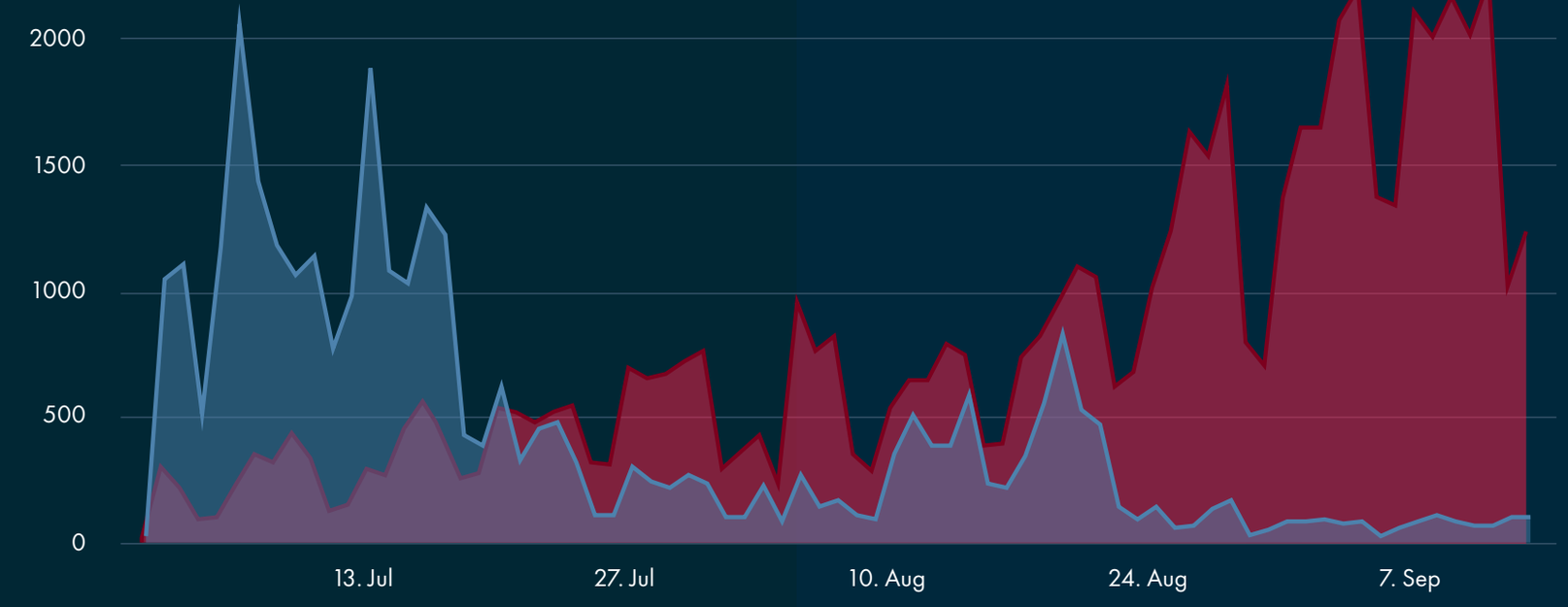
Die vergangenen zehn Wochen in der Kurzanalyse

01.07.2015 — 13.09.2015

FLÜCHTLINGE: KEIN THEMA IST DRINGLICHER

ONLINE-ARTIKEL DEUTSCHLAND

2500



GRIECHENLANDKRISE FLÜCHTLINGSDEBATTE

FLÜCHTLINGE & HEIDENAU

*Über **Heidenau** und **Tote** wird im Zusammenhang mit Flüchtlingen fast doppelt so viel berichtet wie über **Integration**.*

TOTE

1946

HEIDENAU

1916

ONLINE-ARTIKEL

ONLINE-ARTIKEL

INTEGRATION

1093

ONLINE-ARTIKEL

TIL SCHWEIGER

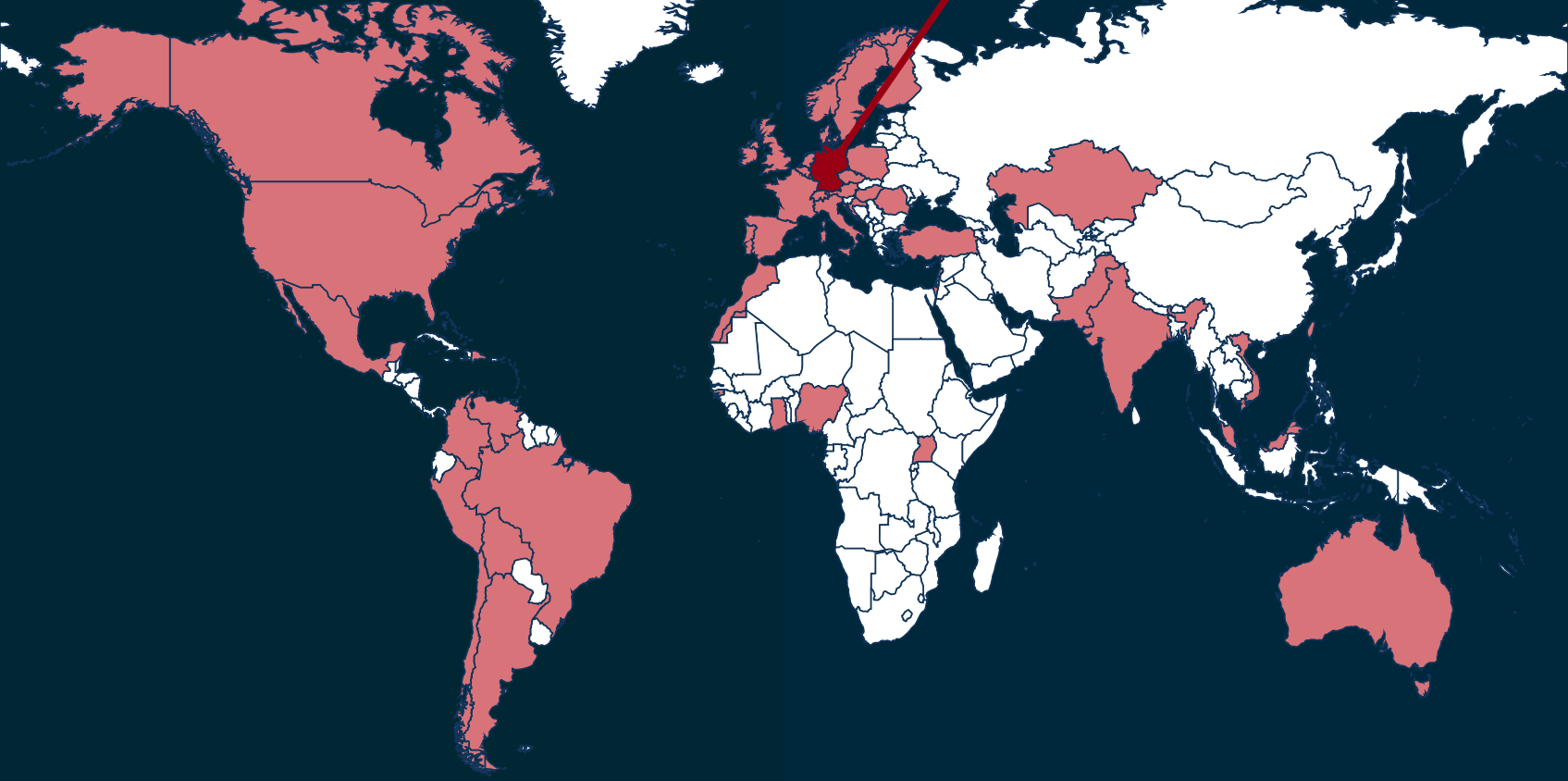
228

ONLINE-ARTIKEL

HEIDENAU GEHT UM DIE WELT

IN 44 LÄNDERN

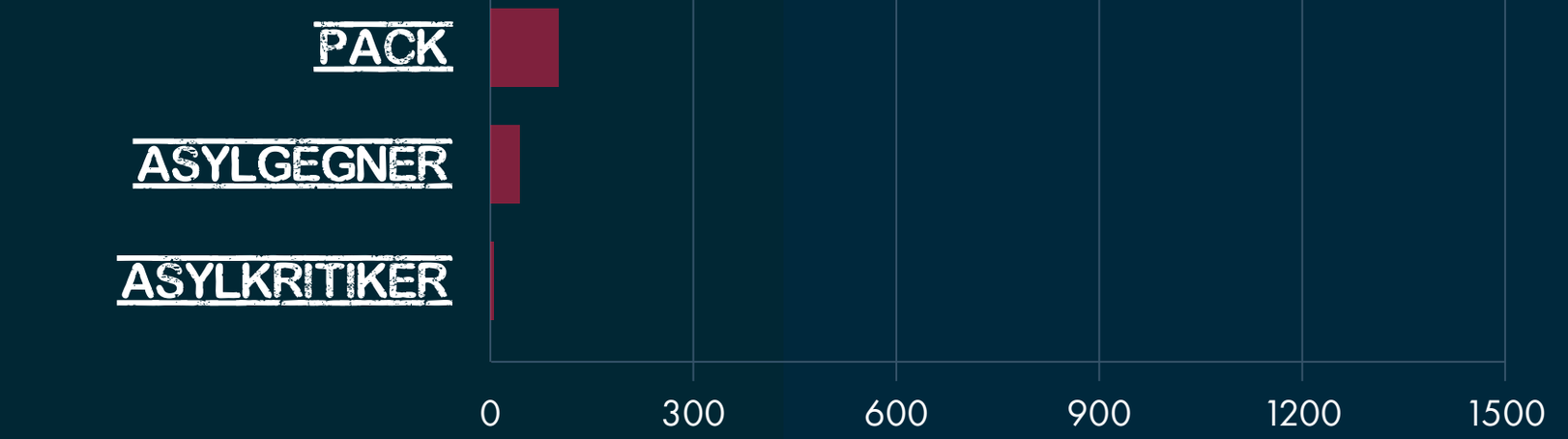
wird über den
16.000-Seelen-Ort
in der sächsischen Schweiz
berichtet.



WORDING

So beurteilen deutsche Online-Publisher die Akteure von Heidenau.

ONLINE-ARTIKEL DEUTSCHLAND



MERKEL SCHWEIGT. GABRIEL GEWINNT.

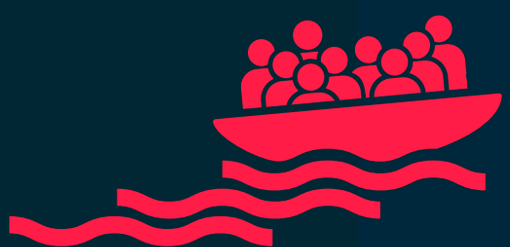
*Während Merkel zögert, ist **Gabriel** das meistgenannte Keyword in Kombination mit **Heidenau**.*

SPRACHBILDER

Bei der Berichterstattung über Flüchtlinge verwenden die deutschen Online-Medien Überschwemmungs- und Eroberungsmetaphern.

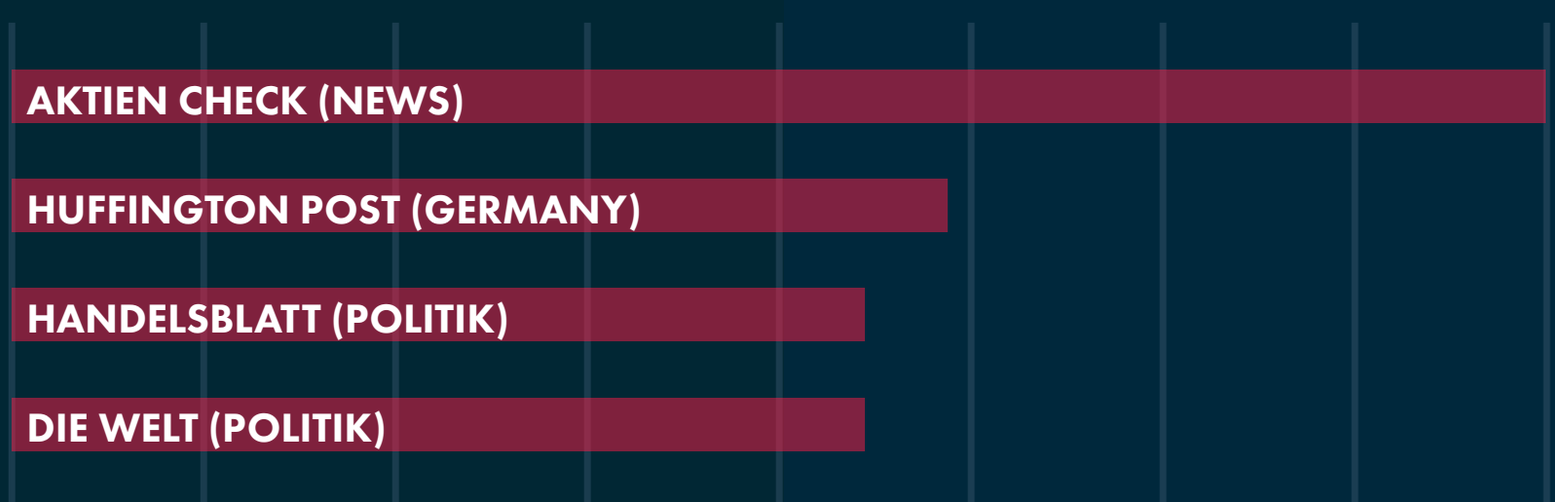
FLÜCHTLINGSWELLE

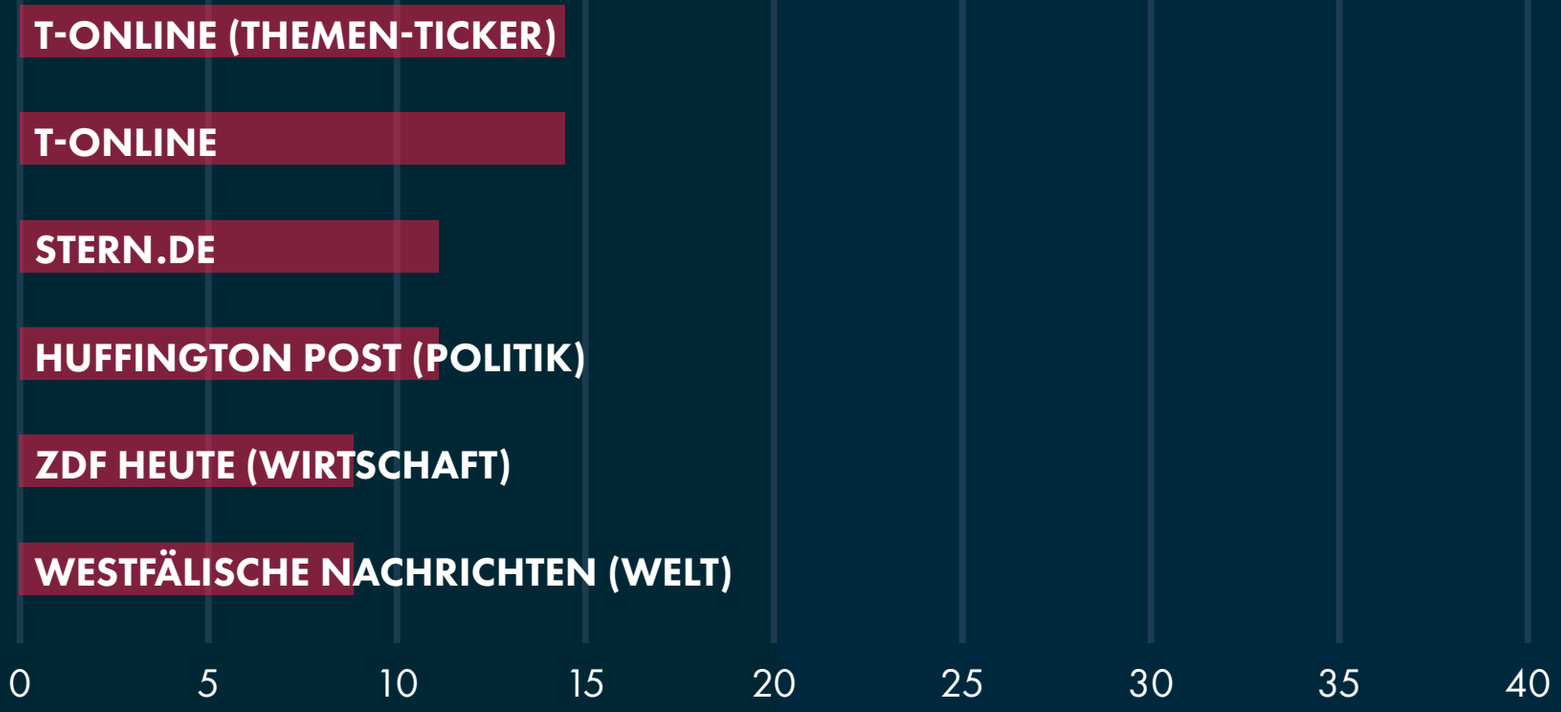
In **1017** *Publikationen ist von der* ***Flüchtlingswelle****, dem* ***Flüchtlingsstrom*** *oder der* ***Asylantenflut*** *die Rede.*



Top Ten Publisher

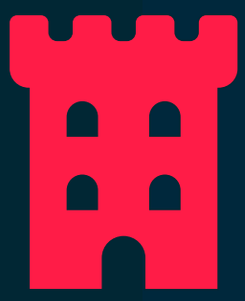
Diese Publisher verwenden Überschwemmungsmetaphern am häufigsten.





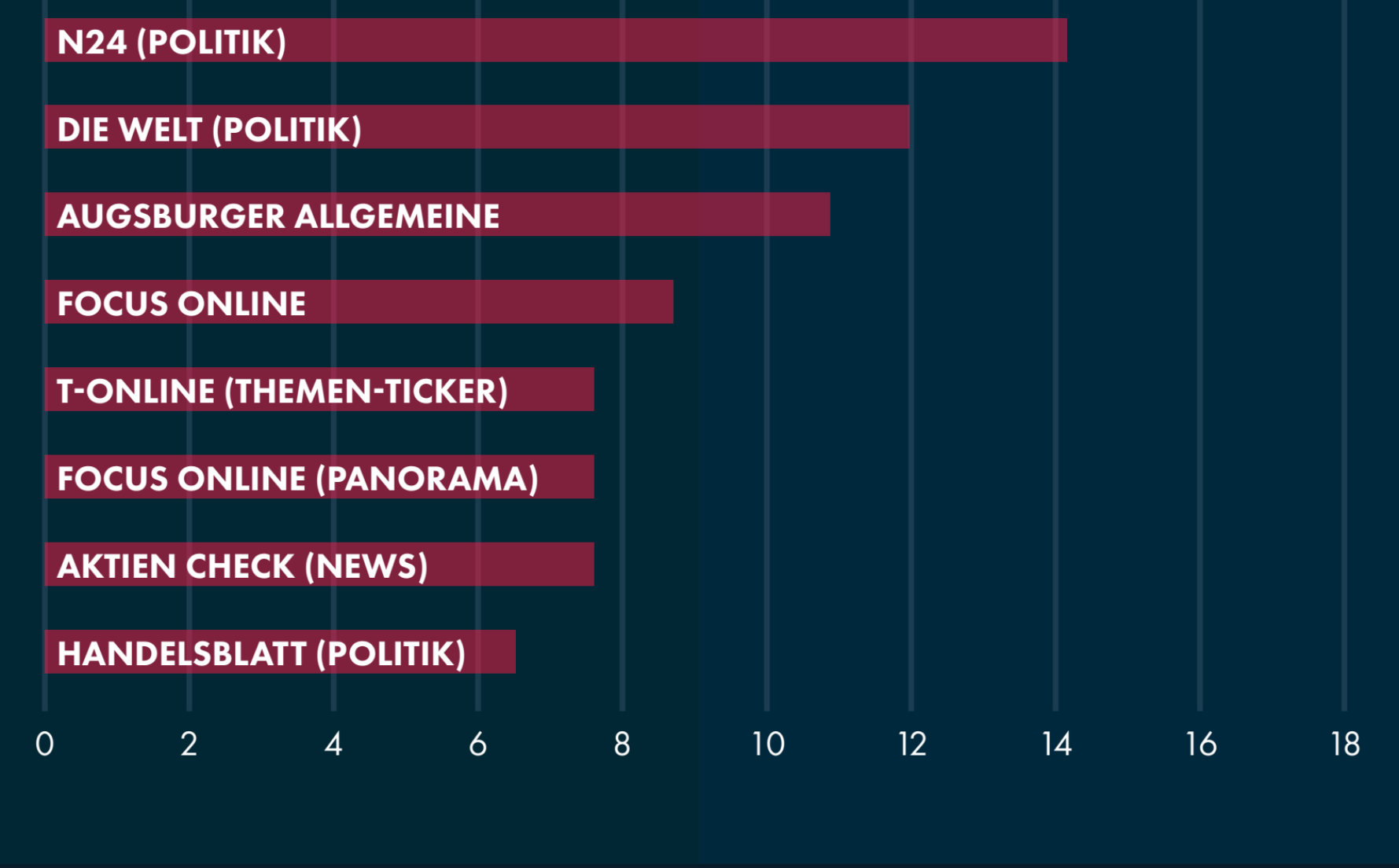
FLÜCHTLINGSANSTURM

In **423** *Publikationen wird das Keyword* ***Flüchtlinge*** *in Kombination mit* ***Ansturm***, ***Einfallsrouten*** *oder* ***Einfallstor*** *verwendet.*



Top Ten Publisher

Diese Publisher verwenden Eroberungsmetaphern am häufigsten.



Diese Analyse wurde mithilfe des CF Big Data Media Backends erstellt. Die Daten berücksichtigen täglich mehr als 1,2 Mio Artikel weltweit.

Analyse: Eva Karnowski
Design: Carlos Primo

CF Content Fleet

Transforming brands into publishers

https://contentfleet.com/

also follow us on