

Publikationen

1. C.B. Melchers, Zur Wirkungspsychologie nationalsozialistischer Propagandafilme, Diss., Köln 1978.
2. W. Seifert, C.B. Melchers, Psychologisches Gutachten zur Bedeutung der Stadtgestalt Leichlingen, in: H.J. Franke, Leichlingen, Stadtbild und Denkmalpflege, Gutachten für die Stadtverwaltung Leichlingen, Stadtplanungsamt, Februar 1979.
3. Y. Ahren, C.B. Melchers, Zur Psychologie des Propagandafilms, in: Medium, April 1979, S. 29-35.
4. C.B. Melchers, Y. Ahren, W. Seifert, W. Wagner, Zwischen Zwickmühle und Handlungsfreiheit, in: Jüdische Rundschau v. 17.5.79, S. 23.
5. C.B. Melchers, Y. Ahren, W. Seifert, W. Wagner, Zwickmühle und Handlungsfreiheit - Zur Psychologie der Fernsehserie "Holocaust", Paper zur Tagung "Holocaust" und die Folgen der Ev. Akademie Arnoldshein vom 4.-6. Juli 1979.
6. Y. Ahren, C.B. Melchers, Die Entdeckung der Leiche im eigenen Keller - Warum "Holocaust" kein antideutscher Film ist, in: Tribüne, Heft 72, 1979, S. 46-62.
7. Y. Ahren, C.B. Melchers, Geschichte, Film und Unterricht - über die Aufarbeitung der NS-Diktatur, in: Tribüne, Heft 74, 1980, S. 57-78; ferner in: Jüdische Rundschau v. 24.4.1980, 8.5.1980 und 15.5.1980 sowie: Jüdischer Pressedienst, Juni 1980, Nr. 3/4, S. 1-13.
8. Y. Ahren, C.B. Melchers, Gruppendiskussion über Filme - Anmerkungen zu einem neuen Trend, in: Medium, Juli 1980.
9. Y. Ahren, C.B. Melchers, W. Seifert, W. Wagner, "Holocaust" - eine Herausforderung für die Psychologie, in: W. Michaelis (Hrsg.), Bericht über den 32. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Psychologie in Zürich, Göttingen 1980, Bd. 2, S. 606-611.
10. Y. Ahren, C.B. Melchers, Goebbels schlechter Schüler, in: Tribüne, Heft 79, 1981, S. 184 f.
11. Y. Ahren, C.B. Melchers, W. Seifert, W. Wagner, Das Lehrstück "Holocaust" - Zur Wirkungspsychologie eines Medienereignisses, Westdeutscher Verlag, Opladen 1982.
12. Y. Ahren, C.B. Melchers, "Holocaust" und kein Ende - von der Unfähigkeit mit einem Spielfilm zurande zu kommen, in: Tribüne, Heft 81, 1982, S. 77-86.

Seite 2

13. C.B. Melchers, Des Kaisers neue Kleider - Zur Psychologie des Parfüms, in: Zwischenschritte, 1. Jg., 1/1982.
14. C.B. Melchers, Der Dialog mit dem Medium als Überzeugungsstrategie im Film, in: Kuchenbuch, Henny, de Leeuw (Hrsg.), Aspekte einer wirkungsbezogenen Filmdramaturgie, Oberhausen 1982.
15. C.B. Melchers, Dramen von 30 Sekunden - Werbespots für Parfüm. Eine Psychologische Analyse, in: Zwischenschritte, 2. Jg., 1/1983.
16. Y. Ahren, C.B. Melchers, "Dallas" - unsere peinliche Leidenschaft, in: Die Glocke, Febr. 1983.
17. Y. Ahren, C.B. Melchers, W. Seifert, Das Bedrängende wird uminterpretiert - Holocaust-Filme nach "Holocaust", in: Medium, November 1982.
18. Y. Ahren, C.B. Melchers, W. Seifert, W. Wagner, Methodenstreit in der Medienpsychologie, in: Zwischenschritte, 2. Jg., 1/1983, S. 69-70.
19. Y. Ahren, C.B. Melchers, W. Seifert, Filme und Vergangenheitsbewältigung - Gibt es Lernen durch Filme jenseits der Emotionalisierung?, in: Lyer, G. (Hrsg.), Bericht über den 33. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Psychologie in Mainz 1982, Göttingen 1983, Bd. 2, S. 739.
20. C.B. Melchers, Psychologische Probleme der Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel, in: Zwischenschritte, 2. Jg., 2/1983.
21. C.B. Melchers, Y. Ahren, The Psychology of "Dallas", in: Bericht über das Seminar: "Dallas", un Ejemplo de Domination Cultural im Rahmen des Simposio sobre la Comunicacion am 18.-22. Januar 1984, Madrid 1984.
22. C.B. Melchers, Tagung zur Fernsehserie "Dallas" in Madrid, in: Zwischenschritte, 2/1984.
23. C.B. Melchers, W. Seifert, Video-Horror - psychologische Untersuchungen und Überlegungen, in: Medium, 6/1984, S.21-31.
24. C.B. Melchers, Intensivberatung in Gruppen, in: Y. Ahren, W. Wagner (Hrsg.), analytische Intensivberatung, Köln 1984.
25. C.B. Melchers, P. Busch, M. Abel, H. Derkum, Von dienstbaren Dingen und Zauberlehrlingen - zur Psychologie des Umgangs mit Videorecordern, in: Zwischenschritte, 1/1985.
26. C.B. Melchers, Liebesbedingungen in der Sexualität Jugendlicher, in: K. Klein, H. Buchkremer, G. Klein (Hrsg.), Jugend '85, Mülheim/Ruhr 1985.

27. C.B. Melchers, Null Bock - ein jugendliches Lebensgefühl heute, in: K. Klein, H. Buchkremer, G. Klein (Hrsg.), Jugend '85, Mühlheim/Ruhr 1985.
28. C.B. Melchers, Von Fällern und Fallen, in: Zwischenschritte, 2/1985.
29. Y. Ahren, C.B. Melchers, Theodor Reik und die Weiterentwicklung der Psychoanalyse, in: Zwischenschritte, 2/1985.
30. C.B. Melchers, Drei ökologische Filme, unveröffentlicht.
31. M. Böhmer, C.B. Melchers, Produktwirkungseinheiten - ein psychologischer Weg, Werbung effektiver zu machen, in: w&v Nr. 40 v. 4.10.1985.
32. C.B. Melchers, Psychosoziale Hintergründe von Medienkonsum, Nachrichten der Arbeitsgemeinschaft für Gefährdetenhilfe und Jugendschutz, Freiburg, 4/1985.
33. D. Riefer, C.B. Melchers, Literarische Wirkungen - literaturwissenschaftliche und psychologische Untersuchungen zu A. Schnitzlers "Flucht in die Finsternis", unveröffentlicht.
34. M. Böhmer, C.B. Melchers, Produkt-Wirkungseinheiten - der Werbewirkung alltagsnäher auf der Spur, in: Zwischenschritte, 1/86.
35. Y. Ahren, C.B. Melchers, W. Seifert, W. Wagner, Zur Rezension von "Lehrstück Holocaust" in KZfSS, Jg. 37, 1985, S. 165-166 durch Michael Kunczik, in: KZfSS, Jg. 38, H. 4/1985.
36. M. Böhmer, C.B. Melchers, Seele im Visier, in: w&v Nr. 6/7, Februar 1986.
37. M. Böhmer, C.B. Melchers, Werbewirkung psychologisch; das Konzept der Morphologischen Wirkungsforschung, in: Karl-Friedrich Holm (Hrsg.), Werbewirkungsforschung - ex ante und ex post, Referate des 2. Planung und Analyse Symposiums, 6., 7. März 1986, Hamburg 1986.
38. M. Böhmer, C.B. Melchers, Die Black Box bleibt dunkel, in: w&v, Nr. 14 v. 4.4.1986.
39. M. Böhmer, C.B. Melchers, Psychologische Scherenschnitte, in: w&v, Nr. 19 v. 9.5.1986.
40. M. Böhmer, C.B. Melchers, Gefesselter Prometheus - Kreativität in der Werbung, in: w&v, Nr. 36 v. 5.9.1986.
41. C.B. Melchers, Emotionale Befindlichkeit und Jugendalter, in: Gewaltdarstellungen in Medien, Schriften des Pädagogischen Instituts der Landeshauptstadt Düsseldorf, Düsseldorf 1986.
42. M. Böhmer, C.B. Melchers, Zur Morphologie des männlichen "Putzverhaltens", in: man-ual - alles über den Mann, Pressestelle Olivin GmbH, Hamburg, Herbst 1986.

43. C.B. Melchers, Umweltschutz und Gesundheitsvorsorge, in: Umwelt & Gesundheit, 1986/87, H. 2.
44. C.B. Melchers, M. Böhmer, Werbeformen - Varianten kommerzieller Werbung, in: Planung & Analyse, H.1, 1987.
45. Y. Ahren, C.B. Melchers, Spekulation und empirische Wirkungsforschung, - zur Psycho-Analyse von Filmerleben und von Nachwirkungen, in: Medium, Mai 1987.
46. D. Kübler, S. Kuntz, C.B. Melchers, Angst wegspielen - Mitspieltheater in der Medienerziehung, Opladen 1987.
47. Y. Ahren, C.B. Melchers, Hauptbild und Gegenbild in der Intensivberatung, in: Z.f.Klin.Psych.Psychopath.Psychother. 35 (1987) H.1.
48. C.B. Melchers, Produktplacement - ja, aber gewusst wie!, in: Zwischenschritte, 2/1987; und in: Horizont Nr. 43, 23.10.1987.
49. Y. Ahren, C.B. Melchers, Bemerkungen über die Intensivberatung - Psychotherapie und Märchenanalyse, in: Integrative Therapie 5/1987.
50. C.B. Melchers, Wochenenden, "Sonntagsneurose" oder erfüllte Freizeit?, in: Nachrichten der Arbeitsgemeinschaft für Gefährdetenhilfe und Jugendschutz, Freiburg, 1/1987
51. Y. Ahren, C.B. Melchers, Hornshøj-Møller, "Der ewige Jude" - Wie Goebbels hetzte - Untersuchungen zum nationalsozialistischen Propagandafilm, Aachen 1990.
52. M. Böhmer, C.B. Melchers, PWE-Analyse - Kernstück psychologischer Produktforschung, in: K.F. Holm (Hrsg.), Produktforschung - Referate des 3. Planung und Analyse-Symposiums am 12. und 13. März 1987, Möln 1987.
53. C.B. Melchers, Y. Ahren, The Dialogue with the Medium: Persuasion Strategies in Commercials, in: International Studies in Visual Sociology and Visual Anthropology, Vol. 1, Semiotics of Advertisements, Aachen 1986.
54. C.B. Melchers, Von dienstbaren Dingen und Zauberlehrlingen - zur Psychologie des Videorecorders, in: D. Baacke, H.D. Kübler, Qualitative Medienforschung, Tübingen, 1989.
55. C.B. Melchers, Produktpositionierungen nach dem Konzept der Produkt- und Bild-Wirkungseinheiten - am Beispiel des Cigarettenmarktes, in: Zwischenschritte, 1/1990.
56. C.B. Melchers, "Hintergründe" marktpsychologischer Untersuchungen und ihre Einschätzung, in: Bericht über den 2. Kongress der Wissenschaftlichen Gesellschaft für Intensivberatung in Köln 1990.

57. C.B. Melchers, Typen von Verbraucherverhalten jenseits des Verbrauchers, in: Bericht über den 26. Kongress der Deutschen Marktforschung 1991 in Würzburg.
58. C.B. Melchers, Kreativitätsunterstützende morphologische Motivforschung - Die Bild-Regie in der Haarpflege, in: Zwischenschritte, 2/1991.
59. Stefan Kuntz, Heike Scheid, C.B. Melchers, Bericht über die wissenschaftliche Begleitung und Auswertung des Modellprojekt zur "Ausreißer"-Problematik im präventiven Bereich, Schriftenreihe der Stiftung Deutsche Jugendmarke, Köln 1991
60. C.B. Melchers, Morphologische Marktpsychologie, in: Bericht über den Kongress Wirklichkeit als Ereignis, Köln 1992
61. C.B. Melchers, Y. Ahren, Probleme der Fernsehwerbung, in: D. Blothner, N. Endres (Hrsg.) Entschieden psychologisch, Köln 1993
62. C.B. Melchers, M. Relin, Der unbekannt Konsument - Konsumstile in den neuen Bundesländern, Die Stern Bibliothek, Hamburg 1993
63. C.B. Melchers, Angst und Medien, in: Handbuch für Medienerziehung im Kindergarten, Leverkusen 1994.
64. C.B. Melchers, Morphologische Marktpsychologie, in: Prinz, Heft 4/1993.
65. C.B. Melchers, Das Image qualitativer Methoden, in: planung & analyse, Heft 3/1993.
66. C.B. Melchers, Gruppendiskussionen in der Marktforschung, in: planung & analyse, Teil 1: Heft 2/1994, S. 5ff. - Teil 2: Heft 3/1994, S. 32 ff.
67. C.B. Melchers, Rehag, Regine, "Ich erwarte nur alles erdenklich Schlechte" - Zu den Hintergründen aktuell wachsender Ängste vor der Endzeit, in: Zwischenschritte, 2/1994.
68. C.B. Melchers, Werbe-Zielgruppen. Ein Beitrag zur qualitativen Präzisierung der Mediaplanung, in: planung & analyse, Heft 3/1995, S. 48 ff.
69. C.B. Melchers, Das Rezeptionsklima in Print und TV. Spezifika der Werbeträger nach Rezeptionsverfassungen, in: Neu Erkenntnisse der Print- und TV-Forschung, in MEDIAS res - Kommunikationsforschung aktuell, Rote Reihe, B.A.C. Burda Anzeigen Center GmbH (Hrsg.), Offenburg 1995.
70. C.B. Melchers, Deutschland Ost im Jahre V - Ergebnisse einer Studie über Lebens- und Konsumstile in den Neuen Bundesländern. Stern Bibliothek 1995.

Seite 6

71. C.B. Melchers, Morphologische Marktpsychologie - Qualitäten ins System gebracht, in: Bericht über die Marktforschungstagung der Südzucker AG, Ochsenfurt, 19. Oktober 1995.
72. C.B. Melchers, Klaus Kretz, Motivpsychologische Zielgruppenbestimmung auf der Basis morphologischer Produktforschung, in: planung & analyse, Heft 10, 1995.
73. C.B. Melchers, Jeanette Rudolf, Klaus Kretz, Jenseits der Scherenstruktur, in: planung & analyse, Heft 03 u. 04, 1996.
74. C.B. Melchers, Life- and Consumer Styles in East Germany, in: Arie Ullmann, Alfred Lewis (Hrsg.), Privatization and Entrepreneurship - The Managerial Challenge in Central and Eastern Europe, New York 1996.
75. C.B. Melchers, "Wie kann einem nur so was schmecken?" - Geschmacksentwicklung und Marktsegmentation durch Geschmackstypologien, in: De gustibus non est disputandum, 23. Südzucker Symposium, 1996.
76. C.B. Melchers, Unmittelbare Werbewirkung - Die Morphologische Scherenanalyse, in: planung & analyse, Heft 06, 1997.
77. C.B. Melchers, Motive, sich zu kleiden, Rote Reihe, B.A.C. Burda Anzeigen Center GmbH (Hrsg.), Offenburg 1997
78. C.B. Melchers, Rezeptionsverfassungen in Print als Grundlage der Werberezeption, Rote Reihe, B.A.C. Burda Anzeigen Center GmbH (Hrsg.), Offenburg 1998
79. C.B. Melchers, Einflüsse des Medienumfeldes auf die Werberezeption, in: Verband Österreichischer Zeitungen, VÖZ Dokument Presse 1999, S. 273-299.
80. C.B. Melchers, Zwischen Lebendigkeit und strategischer Abstraktion - Typisierungen als Grundlage für Kommunikationsstrategien, in: planung & analyse, 3/2000
81. C.B. Melchers, Potenzprothese für den Mann - Die Autowerbung arbeitet immer differenzierter und raffinierter, in: Männerforum, Nr. 23/2000
82. C.B. Melchers, Zur Exaktheit quantitativer Methoden, Mai 2003, ifm Webpage
83. C.B. Melchers, Car Research, November 2003, ifm Webpage.
84. C.B. Melchers, Marken(kern)analysen - Eine kritische Übersicht über das Marktforschungsangebot, Mai 2003, ifm Webpage.
85. C.B. Melchers, Spiritueller Tourismus, Beweggründe - Formen - Pflege touristischer Marken, in: Heilige Orte, sakrale Räume, Pilgerwege, Möglichkeiten und Grenzen des spirituellen Tourismus, Tourismus-Studien Sachsen Anhalt 24, Bensberger Protokolle 102, Magdeburg, Lutherstadt Wittenberg, Bensberg, 2006.

86. C.B. Melchers, Triumphe der Gehirnforschung oder die Banalität der Sichtbarkeit, ifm Newsletter 01/2007
87. C.B. Melchers, Das Neue und das Marketing, ifm Newsletter 01/2007.
88. C.B. Melchers, Elisabeth Krebs, Geschmackstests und Bilder vom guten Essen, ifm Newsletter 01/2007.
89. C.B. Melchers, Die Banalität der Sichtbarkeit, ifm Newsletter 01/2007.
90. C.B. Melchers, Zeitschriftenlesers Hürdenlauf, in: dnv 17-18/2007, Presse Grosso. S. 32-34.
91. C.B. Melchers, Der misstrauische Zeitschriftenleser - und was ihn misstrauisch macht, in: Impreso 12/2007.
92. C.B. Melchers, Elisabeth Krebs, Warum es seltsam ist, dass normierte Geschmäcker gut ankommen, in: planung & analyse 06/2007.
93. Christoph B. Melchers, Laura Reimchen, Was Frauen wollen - tiefenpsychologisches Tool zur Optimierung der Mediaplanung, in: Research & Results, 7/2007, S. 55,56.
94. C.B. Melchers, Flagge zeigen, in: Impreso 06/2008.
95. C.B. Melchers, Bilder vom Befragen - Vorstellungen hinter Marktforschungsmethoden, planung & analyse, 10/2008.
96. C.B. Melchers, Tiefendimensionen der Krise - zur „Blasen-Kultur“ und Umgangsstrategien mit einem Kulturproblem, ifm Newsletter, Februar 2009.
97. C.B. Melchers, Klöster, Stifte, Konvente - ein Revival durch die Krise, in: Bericht zur Studienkonferenz „Oasen der Sinnsuche + Kultur“ der Thomas-Morus-Akademie, Bensberg und Die Akademie Bruderhilfe - Familienfürsorge (im Druck).
98. C.B. Melchers, Patricia Moser, Neue Chancen für die Ewigen Zweiten - Handelsmarken im Aufwind (im Druck)
99. C.B. Melchers, Vom Umgang mit Zahlen in der Krise, in: Anders - Zeitschrift für psychologische Morphologie, 2/2010.
100. C.B. Melchers, Y. Ahren, Märchen in der Marktforschung - Einsatzprobleme wirkungsvoller Bilder, in: Anders - Zeitschrift für psychologische Morphologie, 4/2010.
101. C.B. Melchers, P. Moser, Exotic of Vicinity: Holiday Feeling Between Home and Long Distance Journeys, in: R. Conrady, M. Buck (Editors), Trends and Issues in Global Tourism 2011, Heidelberg 2011.

Seite 8

102. C.B. Melchers, Peter Franken, Elisabeth Krebs: Immobil durch Autos - Gründe jugendlicher Auto-Abstinenz, in: Herbert Fitzek, Ralph Sichler (Hg.), Kulturen im Dialog, Gießen, 2011.
103. C.B. Melchers: Die Aufstände in islamischen Ländern und die lange Geschichte gegenseitiger Behandlung von Abend- und Morgenland, in: Anders - Zeitschrift für psychologische Morphologie, 7/2011.