

---

<b>1. Einleitung</b>	<b>4</b>
<b>2. Theoretische Betrachtungen zur Analyse der Ist-Situation</b>	<b>6</b>
2.1 Der Unternehmensplan	7
2.2 Zusammenhang zwischen Philosophie, Kultur und Leitbild eines Unternehmens	13
2.3 Unternehmenskultur	15
2.3.1 Kultur - eine Begriffsbestimmung für Unternehmenskultur	15
2.3.2 Bedeutung von Unternehmenskultur	20
2.3.2.1 Bedeutung von Subkulturen, Gruppen und Sprache	25
2.3.3 Zusammenführung der bisherigen Betrachtungen zur Unternehmenskultur	27
2.3.4 Wirkungen und Funktionen von Unternehmenskultur	29
2.4 Die Unternehmenskultur als Begründung von Identität	31
2.4.1 Unternehmensimage	35
2.5 Das Leitbild	37
<b>3. Schlussbetrachtungen</b>	<b>45</b>
3.1 Auswertung des Workshops mit einer Tochtergesellschaft der Großen Kreisstadt Stollberg – eine praktische Anwendung der Erkenntnisse	45
3.2 Schlussbetrachtungen und weiterführende Erkenntnisse	48
<b>4. Handlungsempfehlung zur Entwicklung eines Leitbildes   in öffentlichen Verwaltungen, Einrichtungen und Unternehmen</b>	<b>60</b>
<b>5. Anmerkungen</b>	<b>62</b>
<b>6. Literaturverzeichnis</b>	<b>65</b>
<b>7. Schriften-Bestellverzeichnis</b>	<b>67</b>