

### Internal?

**Knowledge-Management klingt trocken, aber inwiefern profitieren Agenturen davon – gerade im Hinblick auf die Fluktuation von MitarbeiterInnen beziehungsweise wechselnde Rollen im Team?**



### FUCHS!

Knowledge-Management umfasst vor allem zwei Dimensionen: **zum einen vorhandenes Wissen zu bewahren, zum anderen neues Wissen zu gewinnen. Beides trägt maßgeblich zum nachhaltigen Erfolg von Unternehmen bei** – ganz gleich, ob sie groß oder klein sind. Eins ist dabei von großer Wichtigkeit: die Unternehmenskultur. Agile Denk- und Arbeitsweisen fördern Austausch und Zusammenarbeit innerhalb der Belegschaft. Flache Hierarchien, Trial & Error, kurze Entscheidungswege, abteilungs- und fachübergreifende Kollaboration bilden den Rahmen, in dem vorhandenes Wissen einfach identifiziert, geteilt und erweitert werden kann. Dabei können auch flexible Formen der physischen Arbeitsplatzorganisation sinnvoll sein, Stichwort Desk-Sharing, bei denen geschlossene Büroräume offenen Teamflächen mit freier Platzwahl weichen. Darüber hinaus ist der kontinuierliche Einsatz von Networking-Formaten, wie zum Beispiel „Lean Coffee“ und „Working Out Loud“, hilfreich, um Offenheit und Neugierde im Team zu fördern. Eigenschaften, die dann wiederum zu Innovationen führen. Agenturen sind in der Regel schon aufgrund ihrer Größe und überschaubaren Strukturen in einem gewissen Maß agil. Es ist aber vor allem die Kultur des intensiven Dialogs, die dafür sorgt, dass bestehendes Wissen weitergegeben und neues Wissen erworben wird.