

# Fragebogen / Wettbewerb "Großer Preis des Mittelstandes"

## Kriterium 1: Gesamtentwicklung des Unternehmens

Es geht um Umsätze, Investitionen, Ertrag. Die Angaben können NUR von den Juroren der Oskar-Patzelt-Stiftung und deren Beauftragten eingesehen werden.

### Umsatz in EUR

2013	2014	2015	2016	2017 (Plan)
192.000,00	305.000,00	448.000,00	616.000,00	700.000,00

### Ertragsentwicklung in %

2013	2014	2015	2016	2017 (Plan)
26,90	13,30	13,40	7,50	8,00

### Eigenkapitalentwicklung in %

2013	2014	2015	2016	2017 (Plan)
67,70	88,70	76,90	80,00	80,00

### Investitionen in EUR

2013	2014	2015	2016	2017 (Plan)
10.000,00	12.400,00	20.000,00	10.200,00	20.000,00

### Wettbewerbssituation / Ergänzungen

Sandstorm wächst, seit wir die Firma 2009 gegründet haben, jedes Jahr organisch. So konnten wir bisher jedes Jahr unseren Umsatz steigern, neue Teammitglieder einstellen und unser Geschäft ausbauen. Unser Gewinn ist in den letzten Jahren stabil geblieben, da wir bewusst investiert haben. Sowohl in das Onboarding neuer Teammitglieder, das Open Source Projekt Neos, Produktentwicklung und soziale Projekte. Diese

## Fragebogen / Wettbewerb "Großer Preis des Mittelstandes"

Investitionen sind in den Zahlen oben nicht reflektiert, da diese nur die Investitionen in unser Anlagevermögen reflektieren. Unsere Investitionen in das Open Source Projekt Neos sind von 160h in 2013 auf 1230h in 2016 angestiegen. Ebenso sind unsere Investitionen in Produktentwicklung von 160h in 2013 auf 2400h in 2017 angestiegen.

Unser Projektgeschäft erlaubt uns eine gute kurzfristige Planbarkeit von Umsätzen und Kosten bei verkauften Projekten, bedingt aber ebenso ein große Unsicherheit im mittel- bis langfristigen Bereich, da wir 50% der Projekte, an denen wir in 3-6 Monaten arbeiten werden, noch nicht kennen.

Unseren Unternehmensgewinn nutzen wir bisher ausschließlich als Barreserve, um Flauten im Projektgeschäft abzufedern. Wir haben noch nie etwas von unserem Gewinn an uns Gesellschafter ausgezahlt.

## Alleinstellung

Alleinstellungsvorteile

- unsere Kompetenz, Erfahrung und Präsenz im Neos und Flow Markt (Content Management und Content Applications)
- Innovationsführerschaft in der passenden Nutzung von Web-Technologien

Kernkompetenzen

- Entwicklung von komplexen und performanten Geschäftsanwendungen als Web-Anwendungen oder Apps mit Fokus auf User Experience
- Technologie Consulting und Schulung für andere Agenturen
- Verständnis für die Wertschöpfungsprozesse unserer Kunden, um ihnen die effektivste Lösung anbieten zu können (die manchmal gar keine Software ist)

Auszeichnungen/Ehrungen

- Gold Award für das beste Neos Projekt auf der Neos Conference 2017 zusammen mit networkteam und netlogix

## Kooperation

Im Bereich Absatz kooperieren wir mit anderen Agenturen, die sehr stark im Vertrieb und der Projektakquise sind und für diese Projekte verlässliche Umsetzungspartner suchen. Die Agenturen können damit größere Projekte akquirieren und sich dennoch auf eine qualitativ hochwertige Umsetzung verlassen.

Im Bereich Forschung sind wir momentan in einem Verbundprojekt mit 3 weiteren Unternehmen und der TU München engagiert und arbeiten gemeinsam an einem vom BMBF geförderten Vorhaben im Bereich "automatisiertes Netzwerk-Performancemonitoring". Die verschiedenen Perspektiven der Forschungs- und Anwendungspartner sowie die unterschiedlichen Expertisen ergänzen sich wunderbar und ermöglichen ein vielseitiges Voneinanderlernen.

Unser Engagement im Neos Open Source Projekt kann auch als Kooperation betrachtet werden, da wir zum einen Arbeitszeit in das Projekt investieren und in unserer Rolle als Core Team Mitglieder aktiv mit den anderen Core Team Mitgliedern an der Weiterentwicklung des Projekts und der Software Neos arbeiten.

## Fragebogen / Wettbewerb "Großer Preis des Mittelstandes"

Kooperationen sind für uns ein gutes Mittel um fehlende Kompetenzen auszugleichen, unseren Blick bewusst über den Tellerrand zu heben und in sehr engen Austausch mit dem Kooperationspartner zu treten.

### **Risikomanagement**

Ja, es gibt ein Risikomanagement bei Sandstorm. Wir identifizieren systematisch Schwachstellen wie z.B. Single Points of Failure und Bottlenecks in unserem Team, in unserer Infrastruktur und in unseren Prozessen und schätzen deren Risiko für unser laufendes Geschäft ab. Risikoszenarien werden in unregelmäßigen Abständen durchgespielt und ihr Bedrohungspotential für unser Unternehmen bewertet.

In unseren monatlich stattfindenden Strategieberatungen sprechen wir u.a. über identifizierte Risiken für Sandstorm und wie wir diesen strategisch begegnen. Motiviert durch unserer Unternehmenskultur werden alle strategischen Beratungen offen geführt und jedes Teammitglied ist eingeladen sich in die Entscheidungsfindung einzubringen.

### **QMS**

Wir setzen kein öffentliches QMS ein.

Das heißt aber nicht, dass wir unsere Qualität nicht bewusst managen. In unseren Entwicklungsprojekten arbeiten wir mit manuellen und automatischen Reviewprozessen, wir führen Post-Mortem-Analysen durch, halten Retrospektiven und setzen durch ständige Weiterbildung auf Prävention.

## Kriterium 2: Schaffung und Sicherung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen

---

Ergänzen Sie die Zahlenübersicht durch Erläuterungen. Die Angaben können NUR von den Juroren der Oskar-Patzelt-Stiftung und deren Beauftragten eingesehen werden.

### Mitarbeiter

2013	2014	2015	2016	2017 (Plan)
3,00	5,00	7,00	10,00	11,00

### Auszubildende

2013	2014	2015	2016	2017 (Plan)
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

### Praktikanten / Werkstudenten

2013	2014	2015	2016	2017 (Plan)
0,00	1,00	3,00	2,00	3,00

## Personalpolitik

### Instrumente

#### Praktika

Wir bieten seit 2015 Praktika für Studenten und Schüler an.

#### Werk- und Duale Studenten

Seit 2016 sind wir als Praxispartner der Dualen Hochschule Baden-Württemberg im Fachgebiet Angewandte Informatik akkreditiert und seit 2017 als Praxispartner der BA Dresden im Fachgebiet Medieninformatik. Aktuell sind 2 Werkstudenten der TU Dresden in unserem Team beschäftigt.

#### Teamwachstum

Wir haben aktuell keine konkreten Ziele, was unser Personalwachstum angeht.

Wir versuchen dieses

## Fragebogen / Wettbewerb "Großer Preis des Mittelstandes"

- a) mit unserer Fähigkeit zur Projektakquise und
  - b) mit unserer Onboarding Kapazität
- zu balancieren, damit wir unsere Teamkultur bewahren und profitabel arbeiten können.

Unser wirksamstes Instrument der Personalakquise ist die direkte Ansprache im Freundes- und Bekanntenkreis unserer Teammitglieder. Die meisten unserer Teammitglieder bewerben Sandstorm selbständig als attraktives Unternehmen.

### Unternehmensbindung

Unsere gesamte Unternehmenskultur ist aktiv darauf ausgerichtet, dass Sandstorm ein angenehmer Arbeitsort ist. Diese Kultur wird von allen Teammitgliedern aktiv gelebt und gesteuert. Wir haben praktisch nie persönliche Konflikte im Team, sind für einander da und wählen Kunden und Projekte bewusst so aus, dass uns die Arbeit Spaß macht.

## Personalarbeit

### Weiterbildung

Neugier ist einer unserer Unternehmenswerte. Dies bedeutet für Sandstorm, dass wir Teammitglieder uns entsprechend unserer Interessen permanent selbständig über neue Entwicklungen informieren, diese ausprobieren und einander darüber berichten.

Wir nutzen aktuell folgende explizite Tools und Methoden für unsere Weiterbildung:

- selbständiges Lernen & Lesen ist Arbeitszeit
- Show & Tell Meetings, in denen ein Teammitglied den anderen etwas zeigt und vorstellt
- internes Coaching, um bestimmte priorisierte Themen (z.B. Wissens-Engpässe) zu bearbeiten
- reading-list, ein interner Chat-Kanal, in dem wir interessante Artikel mit dem gesamten Team teilen
- technische-probleme, ein interner Chat-Kanal, in dem wir technische Probleme für alle sichtbar besprechen, so dass jeder davon lernen kann
- Produktentwicklung als technische Experimentierplattform - zum Ausprobieren neuer Technologien und Konzepte
- Besuch von und Halten von Vorträgen auf Konferenzen, Meetups und (Code-) Sprints
- Buchung von Weiterbildungs-Workshops

### Mitarbeiterbegeisterung

Wir haben bei Sandstorm gemeinsam ein System zur Selbstbegeisterung etabliert, welches wir permanent hinterfragen und an neue Entwicklungen anpassen. Der entscheidende Wendepunkt dafür war unser Strategieworkshop 2015, den wir mit dem gesamten Team einschließlich Student und aktuellem Bewerber durchgeführt haben.

Das Paket, was wir für auf diesem Workshop für uns definiert haben, umfasst u.a. die folgenden Bestandteile:

- Vergütung, die für alle Teammitglieder (inkl. Gesellschafter, Geschäftsführer) gleich ist
- Nutzung von Steuervorteilen wo dies möglich ist, bspw. Sachbezüge
- betriebliche Altersvorsorge, die komplett von Sandstorm gezahlt wird und den monatlich möglichen Höchstbetrag abbildet

## Fragebogen / Wettbewerb "Großer Preis des Mittelstandes"

- private Nutzung von Laptop, Handy und weiteren technischen Geräten
- gleiche Beteiligung an Bonus bzw. Ausschüttung für alle Teammitglieder
- Vereinbarkeit von Beruf und Familie
- steuerfreier Zuschuss zur Kinderbetreuung bis 500€ monatlich
- Elternzeit, Elternteilzeit für jeden inkl. Geschäftsführung
- flexible Arbeitszeiten und Arbeitsort
- 40h sind 40h - jede Stunde mehr als im Arbeitsvertrag vereinbart ist eine Überstunde und kann abgefeiert werden
- Teammitglieder legen ihre Arbeitszeit in Absprache mit dem Team selbst fest - die Vergütung basiert auf einer 40h Basis
- jeder legt seine tägliche Arbeitszeit und Ort selbst fest, es kommt vor, dass keine 2 Teammitglieder am gleichen Ort sind
- im 2. Halbjahr 2017 wird ein Teammitglied in Australien sein und von dort aus arbeiten
- Motivation für die Arbeit
- spannende Projekte
- Autonomie in der Umsetzung dieser und Projektverantwortung
- Teamkollegen, mit denen die Zusammenarbeit und der Austausch Spaß macht
- gemeinsame Teamevents
- Sommer- und Winterevents, teilweise mit Familien
- Besuch der Neos Conference mit dem gesamten Team
- Wertschätzung und Unterstützung der gesamten Persönlichkeit
- bei positiven und negativen Momenten im Leben (z.B. Gesundheit, Partnerschaft, Privatleben...)
- Verantwortung z.B. in Form von Entscheidungen, die jeder nach dem Konsultationsprinzip treffen kann
- Raum für Emotionen in unserer täglichen Morgenrunde mit den Fragen: "Was hat mich gestern glücklich gemacht?" und "Was hat mich gestern frustriert?"

## Führungskultur

Wir streben permanent danach, Engpässe im Team zu reduzieren, da dadurch unsere Gesamtperformance und Zufriedenheit steigt. Dies erstreckt sich ebenfalls auf "klassische" Führungsaufgaben wie Entscheidungen, Strategiefindung, Teamführung. Dadurch reduzieren wir proaktiv die Abhängigkeit von jedem einzelnen und erhöhen gleichzeitig unserer gegenseitige Vertretbarkeit.

Jeder im Team kann Themen ansprechen, inkl. Feedback vergleichbar mit 360 Grad Feedback in Teammitgliedbeurteilungen. Diese werden, je nach Thema, entweder in einer kleinen Runde oder im ganzen Team diskutiert. Unsere Finanzen sind bspw. komplett transparent im gesamten Team verfügbar, wodurch jedes Teammitglied Einsicht in die finanzielle Situation von Sandstorm hat und darauf Überlegungen und Entscheidungen zu Investitionen basieren kann.

Wir sind uns im Team natürlich der Stärken jedes Teammitglieds bewusst und setzen diese bewusst ein. Gleichzeitig coachen wir interessierte Teammitglieder in unserer jeweiligen Stärke und verteilen diese damit im Team und machen uns insgesamt besser.

## Kriterium 3: Innovation und Modernisierung

---

Es geht hier darum, wie in Ihrem Unternehmen das Themengebiet Innovation und Modernisierung strategisch und im unternehmerischen Alltag verfolgt wird, welche Ergebnisse erzielt wurden, an welchen Aufgaben Sie gegenwärtig arbeiten. Heben Sie stichwortartig Ihre Besonderheiten, Ihre Aktivitäten hervor, mit denen Sie sich von anderen unterscheiden. Es geht den Juroren darum, zu erfahren, ob und wie das Unternehmen auf den technologischen Wandel vorbereitet ist oder diesen sogar selbst mit antreibt. Selbstverständlich werden Patente o. ä. vorwiegend in forschenden/ produzierenden Unternehmen zu finden sein. Doch auch im Handwerksbetrieb oder beim Dienstleister ist die Nutzung moderner Rationalisierungsmaßnahmen, das Aufgreifen moderner Instrumentarien und die Modernisierung aller Abläufe und Prozesse eine unverzichtbare Führungsaufgabe. Je nach Branche und Besonderheiten gibt es eine große Variationsbreite. Lassen Sie nicht zutreffende Felder einfach frei.

### FuE-Aufwendungen in EUR

2013	2014	2015	2016	2017 (Plan)
0,00	0,00	0,00		

### Erläuterungen

#### Produktinnovationen

Produktinnovation muss bei uns von zwei Seiten betrachtet werden:

##### 1) Entwicklungsprojekte als Produkt

Ein "Produkt" von Sandstorm sind die Softwareentwicklungsprojekte, die wir für unsere Kunden durchführen. Hier lernen wir permanent über neue Technologien, bilden uns weiter und probieren diese aus. Damit können wir deren Einsatz in Kundenprojekten bewerten und unseren Kunden den für ihr Projekt passenden Technologiemix empfehlen. Wir setzen größtenteils auf Open Source Software und sind selbst im Neos Open Source Projekt als Core Team Mitglieder aktiv. Damit treiben wir die technische Entwicklung der Open Source Software entscheidend mit voran.

##### 2) Softwareprodukte

Wir haben in den letzten Jahren zwei Softwareprodukte entwickelt, die wir in 2017 auf den Markt gebracht haben: Sqill und Exply. Unser Ziel mit diesen Produkten ist es, bestehende Prozesse zu vereinfachen und zu beschleunigen, die Schlagworte hier sind Digitalisierung und Automatisierung. Für unsere Softwareprodukte gibt es kurz/mittel und langfristige Entwicklungspläne, die sich bis zur Produktvision erstrecken. Für unsere Softwareprodukte überwachen wir natürlich ebenfalls den Markt und den Wettbewerb und passen unsere Entwicklung ggf. an diesen an. In den letzten Jahren hat sich bspw. eine neue User Interface Technologie durchgesetzt, die sich heute auch in Sqill und Exply wieder findet.

Kooperationspartner in der Produktinnovation sind unsere Kunden, mit denen wir den Einsatz neuer Technologien abstimmen sowie Entwickler anderer Agenturen und in Open Source Projekten, mit denen wir uns permanent im Austausch befinden.

## Fragebogen / Wettbewerb "Großer Preis des Mittelstandes"

Die Herausforderung ist es, Entwicklungskapazitäten für unsere Softwareprodukte bereit zu stellen, wenn wir diese ebenfalls in Entwicklungsprojekten an Kunden fakturieren könnten.

### Prozessinnovationen

Prozessinnovation gibt es bei uns ebenfalls auf zwei Ebenen:

1) wie wir unsere Zusammenarbeit im Team steuern

Von unserer Morgenrunde über den Wochenrückblick bis zum Strategieworkshop. Durch unser Wachstum der letzten Jahre haben wir unsere Methoden zur Abstimmung und Synchronisation fortwährend auf ihre Effektivität überprüft und aktualisiert. Bspw. haben wir die Fragen für unsere an SCRUM angelehnte Morgenrunde weniger projektspezifisch und mehr auf die emotionale Situation jedes Teammitglieds bezogen, um vielen gleichzeitigen Projekten Rechnung zu tragen.

- Morgenrunde: tägliches 15 Minuten Meeting mit dem gesamten Team, um abzuholen "Was hat mich gestern glücklich gemacht?", "Was hat mich gestern frustriert?", "Was mache ich heute?" - bezogen auf Projekte und ob ggf. Hilfe/Abstimmung bei einem Thema gewünscht wird

- Wochenrückblick: wöchentliches 1h Meeting mit dem gesamten Team, um über Themen zu sprechen, die das ganze Team betreffen. Z.B. strategische Fragestellungen, Verbesserungsvorschläge, Vorträge zu ausgewählten Themen, Diskussion der Finanzsituation und Diskussion von Gehaltsentwicklung, Entscheidung über Anstellung weitere Teammitglieder

2) wie wir qualitativ hochwertige Software für unsere Kunden entwickeln

Die Art und Weise wie wir Software entwickeln ist grundsätzlich an SCRUM orientiert. Allerdings verbinden wir es mit LEAN und AGILE Elementen, um nur die Prozesselemente zu verwenden, die für ein Projekt sinnvoll erscheinen. Kleine Projekte benötigen naturgemäß weniger Prozesse als große. Auch unterscheiden sich die Prozesse über den Lebenszyklus eines Projekts. Während zu Projektbeginn die technische Realisierbarkeit bewiesen werden muss und ein end-to-end Prototyp der Applikation entsteht sind Reviewprozesse, umfassende Dokumentation und strikte Qualitätschecks eher behindernd. Im weiteren Projektverlauf werden diese aber immer wichtiger, um eine stabile und performante Applikation mit wenigen Bugs liefern zu können.

Für beide Arten von Prozessen stehen wir in ständigem Austausch mit anderen Agenturen und Open Source Projekten, um von deren Best Practices und Ansätzen zu lernen. Dieser gegenseitige Austausch ermöglicht allen Beteiligten für ihre Kunden qualitativ bessere Software zu entwickeln.

Für uns hat dies nichts mit dem Veröffentlichen von Geschäftsgeheimnissen zu tun. Obwohl uns diese Prozesse auszeichnen, ist uns der Austausch und das Lernen von anderen wichtiger, als ein vermeintlicher Vorteil durch deren Geheimhaltung.

### Marken, Muster, Patente

Wir haben gegenwärtig zwei Marken registriert. Eine Wort und Bildmarke für unsere Firmenbezeichnung und unser Logo sowie eine Wortmarke für den Namen unseres Produkts Exply.

Da wir auf absehbare Zeit vorrangig im deutschen Markt agieren, ist uns der Schutz unserer Unternehmensmarke sehr wichtig. Diese haben wir bereits kurz nach Gründung eintragen lassen.



## Fragebogen / Wettbewerb "Großer Preis des Mittelstandes"

Für unser Produkt Exply haben wir den Markenschutz ebenfalls kurz nach der Namensfindung eintragen lassen, um dieses vor Nachahmung zu schützen.

### **technische Modernisierung**

Bzgl. Modernisierung von Prozessen siehe Prozessinnovation oben.

Technische Modernisierung bedeutet für uns

- Evaluierung und Nutzung innovativer Web Technologien, wie z.B.
- Nutzung von Cloud Ressourcen
- React als User Interface und Cross-Plattform-App Technologie
- Nutzung von Containern wie z.B. Docker für Deployment und Betrieb von Applikationen
- Nutzung von NoSQL und Graphdatenbanken
- Review und Anpassung von Prozessen für User Experience und User Interface Design; daraus ist vor Kurzem ein Methodikposter entstanden, welches wir auf unserer Website veröffentlicht haben
- wir verfahren nach dem Prinzip, viele Technologien, die wir Kunden empfehlen, auch intern und in unseren Softwareprodukten einzusetzen. So wissen wir aus eigener Erfahrung, wovon wir sprechen.

### **Zertifizierungen**

Wir sind vergleichsweise wenig zertifiziert. In unserer täglichen Arbeit mit Kunden werden wir quasi nie auf Zertifizierungen angesprochen. Sandstorm als Unternehmen ist nicht zertifiziert.

Einige Teammitglieder haben eine ITIL Foundation Zertifizierung erlangt, da die Kenntnis der Domänensprache im IT Service Management bei der Arbeit mit großen Kunden von Vorteil ist. Ein Teammitglied wurde bei seinem vorherigen Arbeitgeber als Scrum Master zertifiziert und hat diese Zertifizierung bei Sandstorm weitergeführt.

Sollte sich der Wert von Zertifizierungen für Sandstorm in Zukunft ändern, werden wir intern darüber sprechen, ob/welche Zertifizierungen wir erreichen wollen. Aktuell ist unser Ruf in unserer Nische so gut, dass ihr Grenznutzen bei der Kundenentscheidung für uns nicht ins Gewicht fällt. Die Information, dass wir 3 Teammitglieder im Core Team vom Neos Open Source Projekt sind, hat für unsere Kunden ein deutlich stärkeres Gewicht.

### **Diplome**

Wir bieten Abschlussarbeiten für Bachelor- und Master Thesis an. Mit unserer aktuellen Teamgröße möchten wir maximal 2 Arbeiten gleichzeitig betreuen, um eine ausreichende Betreuungsqualität gewährleisten zu können.

Die Themen beschäftigen sich mit praktischen Forschungsfragen unserer Software Exply, hauptsächlich im Bereich Datenanalyse und Visualisierung.

Abschlussarbeiten können wir an unseren Standorten in Dresden und Darmstadt für Studenten der TU bzw. Hochschule anbieten.

## Innovationsförderung

Innovative Ideen von jedem Sandstormer sind das wichtigste in unserem Unternehmen. Jeder kann jederzeit Ideen vorstellen.

Das Schwierige ist natürlich, Ideen für die Umsetzung auszuwählen. Dazu haben wir bei Sandstorm ein 3-stufiges Vorgehen:

- jeder kann eine Idee mit einem Zeitkontingent von 4h Stunden pro Idee einfach ausprobieren - ohne irgendjemand anderen um Erlaubnis zu fragen
- soll eine Idee mit ein paar Tagen Aufwand weiterverfolgt und bspw. ein Prototyp erstellt werden, soll dies mit den Projektmitgliedern abgestimmt werden
- wird ein Aufwand von mehr als einer Woche für die Exploration der Idee benötigt, wird diese im Team diskutiert und konzipiert

Eine Belohnung in Form von direkter Vergütung für Ideen gibt es bei uns nicht. Unser Ziel ist es, durch ständige Weiterentwicklung und Verbesserung unserer fachlichen, methodischen und sozialen Kompetenzen einen langfristigen Wettbewerbsvorteil zu erreichen, von dem alle Teammitglieder profitieren - letztendlich auch finanziell.

## **Kriterium 4: Engagement in der Region (Gemeinnutz, Corporate Citizenship)**

---

Es geht hier darum, wie sich Ihr Unternehmen strategisch und im unternehmerischen Alltag in der Region engagiert. Welche Ergebnisse wurden dabei erzielt? An welchen Aufgaben arbeiten Sie gegenwärtig? Heben Sie stichwortartig Ihre Besonderheiten, Ihre Aktivitäten hervor, mit denen Sie sich von anderen unterscheiden. Lassen Sie nicht zutreffende Felder einfach frei. Denn es gibt keine lebendigen Regionen ohne regionale Wirtschaftskreisläufe und den ansässigen Mittelstand. Vom Sponsoring für die örtliche Schulfußballmannschaft bis zur ehrenamtlichen Mitarbeit in regionalen Gremien und Wahlfunktionen spannt sich der Bogen. Auch global agierende Mittelständler nehmen ihre regionale Verwurzelung ernst.

### **Schulische Bildung/Erziehung**

2016 haben wir ein Projekt mit dem Gymnasium gestartet, an dem unsere Gründer ihr Abitur gemacht haben. Dazu wurde gemeinsam mit dem Schulleiter eine AG für den Relaunch der Schulwebseite gegründet. In einem Team aus Schülern, unseren Studenten und Teammitgliedern haben wir das Ziel des Website Relaunches gemeinsam geschafft. Die Schüler haben wir dabei in den Bereichen Softwareentwicklung, Web Design, Redaktion, Projektmanagement, persönlicher Effektivität, Priorisierung, agilen Methoden sowohl theoretisch als auch praktisch ausgebildet.

Seit 2015 arbeiten wir mit Werkstudenten der TU Dresden. In den vergangenen Jahren hatten wir zwei Bachelorstudenten, die ihr Praxissemester bei uns absolviert haben.

2016 haben wir uns an der dualen Hochschule Baden-Württemberg und 2017 an der BA Dresden als Ausbildungspartner akkreditieren lassen, um selbst duale Studenten auszubilden.

2017 werden wir zum ersten mal Schülerpraktikanten betreuen, zwei Praktika sind schon vereinbart.

Wir planen, unser Engagement für (Aus-) Bildung mit weiterem Wachstum von Sandstorm weiter auszubauen, da wir viele Teammitglieder selbst ein duales Studium absolviert haben und wir von den Vorteilen von praktischer Erfahrung während der Schul- und Studienlaufbahn überzeugt sind.

### **Soziales und Gesundheit**

Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist für uns sehr wichtig, was wir u.a. mit einem steuerfreien Zuschuss für Betreuungskosten, flexiblen Arbeitszeiten und fließendem Ausgleich zwischen Mehr und Minderarbeit und Urlaub umsetzen.

Zu konkreten Anlässen unterstützen wir immer wieder lokale Vereine mit Spenden, um soziale Arbeit zu unterstützen, die wir für sinnvoll halten. Z.B. die Vereine Bürger.Courage e.V., Konglomerat e.V., Treberhilfe Dresden e.V. oder den Permahof.

Zusätzlich zu unserem Engagement in der Region unterstützen wir zwei Projekte in Entwicklungsländern. Den Kindergarten Meschede in Gambia e.V. unterstützen wir mit einer Patenschaft pro Teammitglied und die Fundación Ruway Nanta mit einer jährlichen Zuwendung.

Gesundheitsprävention am Arbeitsplatz betreiben wir durch gegenseitige Aufklärung und Unterstützung

## Fragebogen / Wettbewerb "Großer Preis des Mittelstandes"

sowie durch gemeinsame sportliche Aktivitäten bei Teamevents.

Ein wesentlicher Bestandteil unserer Vergütung ist die betriebliche Altersvorsorge. Insbesondere wegen unseres jungen Teams ist uns wichtig, unseren Teammitgliedern langfristig eine Vorsorge zu bieten, um die sie sich nicht selbst kümmern brauchen. Deshalb zahlt Sandstorm jedem Teammitglied den monatlichen Beitrag in der maximalen steuerlich anrechenbaren Höhe.

### **Sport**

keine Aktivitäten

### **Kultur und Volksfeste**

keine Aktivitäten

### **Nachhaltigkeit**

Nachhaltigkeit als Thema beschäftigt uns permanent und ist ein Kandidat für einen weiteren Firmen-Wert. Wir versuchen unseren ökologischen Fußabdruck gering zu halten und unsere Teammitglieder für das Thema zu sensibilisieren. Die betrifft sowohl den laufenden Verbrauch von z.B. Strom, und Material, als auch die geplante Nutzung von Equipment über den Abschreibungszeitraum hinaus.

2015 haben wir unser Sommerevent auf dem Permahof in der sächsischen Schweiz durchgeführt und uns dort von den Betreibern über nachhaltige Landwirtschaft und Permakultur weiterbilden lassen. Den Permahof haben wir ebenfalls mit einer finanziellen Spende unterstützt.

### **Ehrenamt**

Unsere Teammitglieder nehmen außerhalb von Sandstorm verschiedene Ehrenämter wahr, u.a. im Konglomerat e.V., Permahof e.V., bei den Wirtschaftsjunioren Dresden e.V., im Neos Open Source Projekt und in der Schul-AG "Website Relaunch" des Bertolt-Brecht-Gymnasiums, wo sie sich für die sozialen und gesellschaftlichen Interessen der Vereine einsetzen.

## Kriterium 5: Service und Kundennähe (Marketing)

---

Gewinn, Arbeitsplätze, Innovation und regionales Engagement verdankt ein Unternehmen letztlich seinen Kunden. Vorausschauende Mittelständler betreiben daher ideenreich Kundenpflege und Kundengewinnung. Dies prüfen die Juroren im Wettbewerbskriterium 5. Denn es werden Unternehmen gesucht, die nicht nur zufällig erfolgreich sind, sondern auch Krisen und Veränderungen zu meistern verstehen.

### Marketingausgaben in %

2013	2014	2015	2016	2017 (Plan)
0,00	0,00	1,10	2,00	2,20

### Kommunikationskonzept / Strategien

Unsere Sandstorm Kommunikationsstrategie basiert auf den folgenden Säulen:

- Markenkommunikation - unsere Corporate Identity, sowie eine separate Marke für jedes Produkt (z.B. Sqill und Exply)
- Transparenz und Ehrlichkeit - dem Open Source Gedanken folgend, veröffentlichen wir Blog-Artikel sowohl über technische Themen als auch über intern-organisatorische, die wir über Social Media (Twitter) verbreiten

Zielgruppen haben wir je "Geschäftsbereich" definiert. Die Definition folgt dem Prinzip "big fish in a little pond" - wir definieren einen spezifischen Zielmarkt, in dem wir eine große Verbreitung erreichen können.

Ein gutes Beispiel dafür ist der Neos Agentur-Support Markt. Im Neos Umfeld ist Sandstorm ein bekannter Begriff und eine Agentur, die professionelle Unterstützung in dem Bereich sucht, wird mit hoher Wahrscheinlichkeit auf uns stoßen.

Für unsere Produkte, die wir ab diesem Jahr aktiv vermarkten und vertreiben wollen definieren wir eine jeweils eigene Preispolitik, die sich am Markt, am Mehrwert für den Kunden und an unseren Kosten orientiert.

Unser Ziel bei Sandstorm ist es, für Softwareentwicklungsprojekte im Hochpreis-Segment zu agieren, um damit unsere Produktentwicklung querfinanzieren zu können. Unsere Produkte sollen mit sehr gutem Preis-Leistungsverhältnis vertrieben werden.

### Corporate Design

Unsere Corporate Identity haben wir bereits mit der Gründung von Sandstorm entwickelt und seit dem weiter verfeinert. Dazu gehört unser geschütztes Logo, unser geschützter Firmenname, ausgewählte Schriftarten und Farben sowie ein Schreib- und Kommunikationsstil.

Mit dem Erwerb der Domain "sandstorm.de" haben wir das Rebranding von "Sandstorm Media" in

## Fragebogen / Wettbewerb "Großer Preis des Mittelstandes"

"Sandstorm" durchgeführt, so dass diese Firmenbezeichnung einheitlich auf unserer Website, Printartikeln und jedweder Kommunikation verwendet wird.

Die Marke Sandstorm zeichnet sich durch Schlichtheit und Geradlinigkeit aus. Den gleichen Wert, den wir in unseren Softwareprojekten auf die User Experience legen, legen wir auch auf die User Experience im Umgang mit der Marke Sandstorm.

Unser Logo und unser Name drücken sowohl unsere Herkunft, als auch unseren Anspruch an Dynamik aus. Der Name Sandstorm ist vom Elbsandsteingebirge inspiriert. Die Substanz von Sandstein wollten wir jedoch mit Kraft und Fortbewegung kombinieren, wodurch im Ergebnis Sandstorm entstanden ist.

## Kundenservice

Unser Kundenservice beginnt bereits vor der Angebotserstellung. In offenen Gesprächen versuchen wir den eigentlichen Pain Point des Kunden zu identifizieren und ihm eine darauf passende Empfehlung auszusprechen. Diese kann eine von uns umgesetzte Softwarelösung sein, kann aber ebenfalls ein geänderter Geschäftsprozess ohne unsere Beteiligung sein, oder auch ein anderer Anbieter, falls dieser das Problem des Kunden besser lösen kann, als wir.

Dieser Ansatz setzt sich bei uns über die gesamte Projektlaufzeit fort, indem wir stets in der Domäne des Kunden denken und den für ihn passende Lösung zu erarbeiten. Es gehört ebenfalls zu unserer Philosophie, von Anfang an eine direkte Kommunikation zwischen dem Kunden und unseren entwickelnden Teammitgliedern zu etablieren, die ohne dedizierten Projektmanager auskommt. So können wir viele "Stille Post" Fehler vermeiden und die umsetzenden Teammitglieder können die beste Lösung direkt mit dem Kunden erarbeiten. Diese Nähe wird durch den von uns genutzten SCRUM Ansatz noch verstärkt, da dieser laufende direkte Abstimmungen vorsieht.

Es ist ebenfalls Teil unserer Philosophie unsere Kunden sehr frühzeitig mit Prototypen unserer Entwicklung zu konfrontieren, damit wir Grundannahmen, die wir zu Beginn der Entwicklung entwickeln, validieren können. Die Gefahr am eigentlichen Bedarf des Kunden vorbei zu entwickeln, ist uns sonst zu groß.

Bei der Rechnungsstellung arbeiten wir ebenfalls sehr eng mit unseren Kunden zusammen. Wir stellen keine Rechnungen aus, die nicht im Vorhinein mit dem Kunden abgestimmt sind. So können wir aufwändige Stornierungen vermeiden und stattdessen konstruktiv mit dem Kunden an einer Lösung arbeiten, falls es Rückfragen zu einer Rechnung gibt.

## Kundennähe

Das Verständnis des Geschäfts des Kunden, seines Geschäftsmodell, seiner Prozesse, seiner Kunden, sowie seiner Sprache sind für uns Grundvoraussetzungen für eine erfolgreiche Zusammenarbeit.

Ohne eines Verständnisses der Kundendomäne können wir keine Software entwickeln, die die eigentlichen Probleme des Kunden adressiert. Wir nutzen zudem eine Entwicklungsmethodik, die Domain-Driven Design genannt wird und auf die Modellierung und Implementierung der Software entsprechend der Kundensprache setzt.

## Fragebogen / Wettbewerb "Großer Preis des Mittelstandes"

Wie bereits in der Sektion "Kundenservice" beschrieben, arbeiten wir sehr eng mit dem Kunden zusammen, um

- a) nur Lösungen anzubieten, die dem Kunden tatsächlich einen Mehrwert bringen
- b) unsere Lösung vom ersten Prototypstatus mit dem Kunden zu validieren, damit die entstehende Software sein Grundproblem löst.

Wir arbeiten oft über größere Entfernungen mit unseren Kunden, diese sitzen z.B. in München, Karlsruhe, Hannover oder Offenburg und unsere Büros sind in Dresden und Darmstadt. Um diese Entfernungen zu überbrücken, nutzen wir jede Art von Technik, die uns zur Verfügung steht, z.B. vor Ort Workshops, Telefonate, Telefon-/Videokonferenzen und Chatprogramme. Damit wird die gefühlte Distanz viel geringer und wir finden einen wirtschaftlichen Kompromiss aus Kundennähe und Reisekosten.

Für jeden Kunden ist zu jedem Zeitpunkt ein verantwortliches Teammitglied benannt, das für die Beziehung zu diesem Kunden verantwortlich ist. Diese Verantwortung erstreckt sich vom Projekt Management über die Beziehungspflege bis hin zur Auftragsakquise und Projektnachbetreuung.

## Ereignisse / Events

Aus Marketingsgesichtspunkten sind Neos Events von besonderer Bedeutung für Sandstorm. Um unsere Marke im Neos Markt zu entwickeln sind wir auf sehr vielen Neos Veranstaltungen als Speaker und Sponsoren präsent. Dazu zählen als größtes Event die jährliche Neos Conference, die mehrmals im Jahr stattfindenden Meet Neos Events und Community Sprints.

Wichtige interne Events für uns als Sandstorm, und mittelbar damit auch für unsere Kunden, sind unser Sommer Event und unser Strategieworkshop. Das Sommer Event ist primär ein Teambuilding Event, bei dem wir uns persönlich besser kennen lernen und durch gemeinsame Aktivitäten unseren Teamzusammenhalt sowie unsere Konfliktlösungskompetenz stärken. Unser Sandstorm Strategieworkshop findet mindestens einmal jährlich statt und gibt uns als Team Gelegenheit, strategische Themen zu besprechen, für die im Alltagsgeschäft wenig Raum und selten die nötige Ruhe ist. Die Ergebnisse dieser Workshops bekommen unsere Kunden meistens direkt zu spüren, da wir oft etwas an unserer Arbeitsweise ändern, strategische Prioritäten setzen und die Ergebnisse teilweise auf unserem Blog veröffentlichen.

Weitere wichtige Ereignisse für uns sind Meetups, Gründerfrühstücke, Web Montage oder ähnliche Formate, die für spezifische Themengebiete und Interessengruppen Vorträge bieten. Dort tauschen wir uns mit anderen Agenturen, Kunden und Anwendern aus, halten selbst Vorträge und bewerben indirekt unsere Marke.

## Messen / Medien

Die wichtigste Fachtagung für uns ist die Neos Conference, die wir jedes Jahr als Premium Sponsor unterstützen und auf der wir für eine starke Präsenz unserer Marke sorgen.

Darüber hinaus nutzen wir als Medien primär unsere Webseite mit unserem Blog, den wir z.B. über Social Media (Twitter) bewerben.

In diesem Jahr nutzen wir zum ersten Mal online Werbung in Form von Google AdWords, um für unsere neuen Produkte Sqill und Exply zu werben.

## Fragebogen / Wettbewerb "Großer Preis des Mittelstandes"



## Allgemeines:

---

Ergänzende Informationen zur Struktur des Unternehmens:

### Branche

Softwareentwicklung

- als Individualprojekte für Unternehmen (b2b), z.B. Anwendungen für Geschäftsprozesse, Webapplikationen, Apps
- als Produkte für Unternehmen
- als Schulungen und Consulting

Aktuell kommen nahezu 100% unserer Umsätze aus Softwareentwicklungsprojekten. Wir investieren momentan sehr stark in die Entwicklung von (Software-) Produkten, um ein weiteres Standbein zu etablieren, dass nicht auf Teammitglieder-Skalierung angewiesen ist.

### Gründungsjahr

2009

### Gesellschafter

zu je 1/3 Florian Heinze, Sebastian Kurfürst, Tobias Gruber

Jeder Gesellschafter ist bei Sandstorm angestellt und arbeitet im Tagesgeschäft mit.

## Firmen-Biographie:

---

Unternehmensbiographie : Die biographischen Erläuterungen werden nicht als Wettbewerbskriterium bewertet, sind aber stets sehr hilfreich für die Gesamteinschätzung des Unternehmens durch die Juroren.

### Unternehmensidee

Die Idee ein Unternehmen zu gründen hatten wir 3 Gesellschafter bereits während unserer gemeinsamen Abiturzeit. Tatsächlich gegründet haben wir 3 Jahre später (2009) während des Studiums mit der Idee, eine online Tourismusplattform für den Spreewald zu entwickeln. Dies stellte sich, hauptsächlich aufgrund des zeitlichen Aufwands parallel zum Studium, als unpraktikabel heraus.

In den Jahren 2009 bis 2011 setzten wir Webseiten und kleinere Entwicklungsprojekte im TYPO3 Umfeld

## Fragebogen / Wettbewerb "Großer Preis des Mittelstandes"

um.

Mit Abschluss seines Informatikstudiums 2011 stieg zuerst Sebastian Kurfürst Vollzeit bei Sandstorm ein und ein Jahr später Florian Heinze. Zu dieser Zeit hatten wir bereits gute Beziehungen in die Open Source Community TYPO3 und zu Kunden aufgebaut.

Unsere Stärke, Software zuerst als Mittel zur Erreichung eines Unternehmensziels zu verstehen, hat uns seitdem immer weiter voran gebracht.

Heute entwickeln wir mit 10 Teammitgliedern Software für kleine bis große Unternehmen (einschließlich DAX-Unternehmen), sind eine der treibenden Kräfte in der Neos Open Source Community, haben bewusst eine besondere Unternehmenskultur etabliert und wachsen organisch und profitabel.

Unsere Mission ist es, Software zu entwickeln, die Anwendern und Entwicklern Spaß macht, dem Kunden einen Mehrwert bietet und unser Ziel einer nachhaltigen Wirtschaft unterstützt.

### **Schwierigkeiten**

Die erste große Schwierigkeit war der Flop unserer Gründungsidee. Die Suche nach einer alternativen Geschäftsidee fiel uns schwieriger als erwartet.

In den Jahren 2014 bis 2016, in denen wir personell jeweils um 30-40% gewachsen sind, war der Aufbau einer Kapitalrücklage notwendig. Diese Rücklage dient uns zur Abfederung von Cashflowengpässen, die durch Zahlungsverzug bei unseren Kunden entstehen können. Da wir in manchen Projekten als Umsetzungspartner für andere Unternehmen agieren, kann es vorkommen, dass 2-3 Monate vergehen, bis eine ausgestellte Rechnung beglichen wird.

Die definierende Herausforderung für Sandstorm war - und ist - das bewusste Wachstum im Team, damit wir auf der einen Seite nicht bei jedem Kapazitätsengpass neue Teammitglieder anstellen, die wir anschließend nicht mehr in Projekten unterbringen können, und auf der anderen Seite unsere bewusst gestaltete Kultur, die durch das Onboarding neuer Teammitglieder aktiv weitergegeben werden muss.

Durch unser Projektgeschäft hatten, insbesondere in den ersten Jahren, 1-2 Kunden den überwiegenden Anteil unseres Umsatzes ausgemacht. Um dem Unternehmensrisiko durch Verlust der Kunden entgegenzuwirken, haben wir in den vergangenen Jahren mit Priorität daran gearbeitet, unsere Kunden zu diversifizieren und die Umsatzanteile einzelner Kunden sukzessive zu reduzieren.

### **Partnerhilfe**

Der Austausch mit Freunden und Familie sowie mit anderen Unternehmern hat uns entscheidend geholfen. Insbesondere der offene Austausch mit anderen Unternehmern, die zum Teil unsere Kunden, zum Teil Konkurrenten sind, war und ist für uns enorm bereichernd.

Unsere Teammitglieder sind hier ebenfalls als wichtige Partner zu nennen, da der offene und transparente Umgang mit Herausforderungen innerhalb des Teams stets zu einer extrem konstruktiven Diskussion geführt hat, an deren Ende eine gute Lösung für Sandstorm stand.

## Probleme

- 1) Aktuell arbeiten wir am Aufbau von Produkten zusätzlich zu unserem bestehenden Projektgeschäft. Der Spagat zwischen Projekten und Produkten in einem Unternehmen stellt uns vor Kapazitäts- und Know-How-Herausforderungen.
- 2) Der Aufbau eines Vertriebs für unsere Produkte, insbesondere das Finden von geeigneten Teamkandidaten ist für uns herausfordernd, da wir weniger solcher Kontakte bei uns im Netzwerk haben.
- 3) Mit unseren mittlerweile zehn Teammitgliedern und Studenten steigt der administrative Aufwand für unser einziges nicht-entwickelndes Teammitglied an und nimmt Zeit in Anspruch, die nicht für Quadrant II Tätigkeiten (wichtig und nicht dringend) verwendet werden kann.
- 4) Unsere Akkreditierung bei der Dualen Hochschule Baden-Württemberg und der BA Dresden muss noch durch Studenten mit Leben gefüllt werden. Dafür mit unseren begrenzten Markenreichweite geeignete Kandidaten zu finden, gestaltet sich als schwierig.

## Lösungsansätze

- 1) Den Spagat zwischen Projekten und Produkten versuchen wir durch ein Bewusstsein für das Problem innerhalb von Sandstorm zu schaffen, so dass wir unsere Entwicklungskapazitäten bewusst für Projekte und Produktentwicklung einplanen. Bei unseren Produkten ebenfalls mit konkreten Zielen und Verantwortlichkeiten, insbesondere bei unbeliebten, aber notwendigen, Themen.
- 2) Den Aufbau eines Vertriebs für unsere Produkte gehen wir mit einer Ausschreibung der Aufgabe auf unserer Website und mit Werbung in unseren Bekanntenkreisen und Communities an. Aufgrund unsere Firmen- und Vergütungskultur wollen wir keine klassischen provisionsgetriebenen Vertriebler einstellen, sondern eine Person, die zu uns und unserer Arbeitsphilosophie passt.
- 3) Den steigenden administrativen Aufwand verteilen wir momentan verstärkt im Team, so dass die anfallenden Aufgaben von mehreren Teammitgliedern erledigt werden. Mittelfrist wollen wir für diese Aufgaben ebenfalls ein weiteres Teammitglied zu Sandstorm holen.
- 4) Geeignete Kandidaten für unser duales Studium versuchen wir über eine Ausschreibung auf unserer Webseite, der Listung auf der Hochschulwebseite und durch Werbung über unsere Social Media Kanäle (Twitter, Xing, Facebook) zu finden.

## Erfolge

Dass Sandstorm als Unternehmen im Jahr 2017 10 Teammitglieder beschäftigt und in allen Bereichen erfolgreich wächst, haben wir zur Gründung 2009 nicht zu träumen gewagt. Umso stolzer sind wir auf unsere Markenpräsenz in der Neos Open Source Community, über die wir aktuell mehr als 90% unserer Aufträge generieren.

## Fragebogen / Wettbewerb "Großer Preis des Mittelstandes"

Dass wir nicht nur für kleine und mittelständische Kunden, sondern auch für DAX-Konzerne arbeiten und unsere Arbeit von diesen sehr geschätzt wird, sehen wir ebenfalls als großen Erfolg.

Die Art und Weise wie wir Projekte umsetzen, führt zu extrem nachhaltigen Beziehungen zu unseren Kunden und untereinander im Team. Kunden die ein Projekt mit uns gemacht haben, machen in deutlich mehr als der Hälfte der Fälle weitere Projekte mit uns. Dieser Erfolg und unsere offene, transparente und von gesundem Menschenverstand geprägte Kultur führen zu einem Arbeitsklima, dass quasi frei von persönlichen Konflikten ist.

Dies sehen wir als Ergebnis unserer proaktiven und strategischen Steuerung von Sandstorm, die wir nicht nur in die Verantwortung der Gründer bzw. Geschäftsführer legen, sondern für die das gesamte Team verantwortlich ist. Alle Teammitglieder, die diese Verantwortung annehmen wollen, haben dadurch die Möglichkeit, die Entwicklung von Sandstorm zu lenken und ziehen daraus große Selbstmotivation.

### **Ziele**

Das wichtigste Ziel für Sandstorm ist die Beantwortung der Frage Warum existiert Sandstorm? Nachdem wir die Gründungs- und erste Wachstumsphase hinter uns haben, wollen wir den tieferen Sinn der Arbeit bei Sandstorm ergründen. Finanzielle Aspekte können daran nur einen kleinen Anteil haben. Viel mehr geht es um die Frage, was wir mit unserer Arbeit bewegen wollen. Von der Antwort auf diese Frage können wir dann unsere Vision überarbeiten und strategische Ziele formulieren.

Ein weiteres Ziel ist die weitere Diversifikation unseres Teams, insbesondere mit weiblichen Teammitgliedern, weiteren Praktikanten und Studenten. Je unterschiedlicher wir bei Sandstorm sind und dennoch kulturell zusammen passen, desto mehr Spaß macht die Zusammenarbeit und desto bessere Lösungen können wir für uns unsere Kunden erarbeiten.

Das dritte wichtige unternehmerische Ziel ist die Etablierung von Produkten als signifikantem Umsatzweig, um unser unternehmerisches Risiko auf mehrere unabhängige Geschäftsbereiche zu verteilen.