

# Interview mit Andreas Franz

Im Rahmen der Übernahme der A.J.H.-Elektro Gesellschaft für Kommunikations- und Elektrotechnik mbH (AJH) durch die FutureSmart Holdings AG entstand dieses Interview mit Herrn Andreas Franz, dem Gründer und Geschäftsführer der AJH.

## Unternehmensgeschichte Und Mission

### 1. Wie wurde das Unternehmen gegründet und welche Vision stand am Anfang?

1992 war ich zusammen mit meinen späteren Mitgesellschaftern Jürgen Finger und Helmut Fronius in einem Heiligenhauser Unternehmen tätig. Der damalige GF verwechselte regelmäßig Umsatz mit Einnahmen und das Unternehmen ging in die Insolvenz. Da ich als Elektromeister und Projektleiter dort angestellt war, konnte ich die Kunden des Unternehmens mitnehmen und wir drei gründeten 1994 die AJH.

Der Kundenbestand war zum größten Teil aus der Wohnungswirtschaft und die Aufgaben waren die Errichtung von Breitband-Kabelnetzen; zu einem kleinen Teil Gebäude-System-Technik (heute Smart-Home). Dies fing mit einzelnen Wohnungen an und steigerte sich zu ganzen Straßenzügen die wir versorgten. Der Mitarbeiterstamm damals pendelte zwischen 25 und 40. 2004 beendeten wir die Zusammenarbeit mit dem damaligen Monopolisten in NRW UnityMedia / ish und sahen uns vor Herausforderungen nun nur mit Einfamilienhäusern und privaten Bauherren.

Nach einigen schweren Monaten gelang es im Privatkundenbereich Fuß zu fassen und im Klientel hochpreisig zu verkaufen. Auch damals war der Fokus auf vernetzte Technik und mit den ersten Smartphones nahm dies rasch an Fahrt auf.



Historie der Gesellschaft reicht 30 Jahre zurück

Ausstattung ganzer Straßenzüge mit Breitband-Kabelnetzen für UnityMedia

Seit 2005 aktiv im Bereich hochpreisiger Smart-Homes

### 2. Was ist die Mission und die langfristige Vision des Unternehmens im Bereich Smart-Home?

Im Bereich der Bauherrenberatung als auch hinsichtlich Kooperationen mit Architekten gibt es immenses Potential da nach wie vor zu viele Köche am gleichen Gericht arbeiten. In der Regel bieten Bauhandwerker (HSL / Bauelemente / Fassadenbauer / GaLa-Bauer), Techniker und Elektriker eigene Lösungen an, die am Ende des Tages schlecht bis gar nicht miteinander vernetzbar sind. Das führt dann dazu, dass der Kunde verschiedenste Applikationen bedienen muss, um den gewünschten Komfort zu erreichen. Ob dass am Ende des Tages dann wirklichen Komfort bedeutet wage ich zu bezweifeln.

Mit 30 Jahren Erfahrung sind wir unschlagbar im Wissen um die Integrationslösungen und Produktauswahl. Somit sind wir zusammen mit den Architekten der ideale Partner in der Bauherrenberatung rund um die Planung der Gebäudetechnik.



Bauherren-beratung bietet immenses Wachstumspotential dank unschlagbarem Know-how über Integrationslösungen und Produktauswahl

## Marktposition Und Wettbewerb

### 3. Wie positioniert sich das Unternehmen im globalen Smart-Home-Markt?

Durch Gründung eines Unternehmens auf Mallorca gelang es den Bedarf von deutschen Kunden auch in Festland-Spanien und auf Mallorca zu bedienen. Die Kunden aus Deutschland mit Objekten im Ausland fanden in uns einen kompetenten Ansprechpartner in beiden Regionen.

Der größte Unterschied dürfte allerdings die langjährige Erfahrung und Kenntnis der Bauabläufe sein. Wir bedienen Kunden aus verschiedenen Ländern mit maßgeschneiderten Lösungen. In NRW mit eigenen Mitarbeitenden, im Ausland mit Partnern.

Es gibt Länder in Europa, die überhaupt noch nicht am Smart-Home-Geschehen teilnehmen. Unkenntnis und evtl. auch mangelndes Investitionsvolumen spielen hier eine Rolle. Unsere Erfahrung zeigt allerdings, das basierend auf einer vernünftigen Aufklärung über die geringen Unterschiede in den Anschaffungskosten bei großen Unterschieden hinsichtlich Investitionssicherheit und Komfort, die Bereitschaft für die Anschaffung eines Smart-Homes deutlich steigt. Der größte Unterschied zu anderen dürfte aber die Bereitschaft sein, auch in anderen Sprachen agieren zu wollen und zu können.



Präsenz in Deutschland und Spanien

Potential durch Länder in Europa in denen Smart-Home noch ganz am Anfang steht

PAN-europäischer Ansatz

### 4. Welche Markttrends und Verbraucherbedürfnisse treiben das Wachstum im Bereich Smart-Home?

Ein Trend im Bereich Smart-Home ist: eine Vielzahl von Herstellern entwickeln eigene Smart-Home Produkte die in sich geschlossen sicherlich eine passable Lösung darstellen aber in sich geschlossen sind. Im Hochpreis-Segment dürfen diese Produkte aber nicht „einziehen“. Hier sollte alles mit allem „sprechen“ bzw. alle Informationen über Gerätezustände allen Gewerken zur Verfügung stehen.

Matter ist ein anderer Trend. Es geht hier um ein einheitliches Funkprotokoll für verschiedene Marken und Gerätetypen. Auch dies hat im freigeplanten Einfamilienhaus Segment nichts zu suchen.

Ein Verbraucherbedürfnis ist es alles einfach zu haben. Dem tragen wir z.B. bei Nachrüstlösungen mit von uns vorprogrammierten Geräten und montagefertig versendet, Rechnung.

Wir klären immer herstellerneutral auf. Nur so finden wir die beste Lösung für unsere Kunden. Spannende Neuentwicklungen werden von uns geordert und auf Herz und Nieren getestet.



Es gibt eine Vielzahl von Anbietern mit in sich geschlossenen Lösungen

Der Kunde möchte einfache Lösungen die vernetzbar sind

AJH ist herstellerneutral und bietet vorprogrammierte, montagefertige Lösungen

## Produkte Und Innovationen

### 5. Welche Hauptprodukte bietet das Unternehmen an, und wie tragen diese zur Verbesserung des Smart-Home-Erlebnisses bei?

Unser Hauptaugenmerk liegt auf der KNX-Bustechnik. Seit über dreißig Jahren am Markt etabliert, war es früher nur für vermögende Bauherren finanziell möglich und interessant. Heute entwickeln über 500 Hersteller in ihrem Produktbereich auf dieser Bustechnologie. Damit ist KNX zum weltweiten Standard avanciert und aus der Fülle der Produkte lässt wirklich jede Funktion abbilden. KNX ist bei uns an erster Stelle, zum einen aus den vorgenannten Gründen, zum anderen weil nicht jeder Elektrotechniker sich mit dem System auskennt. Die Anzahl an Systemintegratoren steigt zwar gemächlich, wir bieten die Beratung, Planung und Programmierung allerdings aus einer Hand.

Das zweite Produkt ist HomeMatic des deutschen Herstellers eq-3. Diesem ist es innerhalb von nur sechzehn Jahren gelungen zum Europa-Marktführer in der Funk-Bus Technik aufzusteigen. Der Schwerpunkt liegt hier in der Nachrüstung im Bestandsbau mit unfassbar hohem Potential. Wir nutzen seit Markteinführung HomeMatic und sind wie bei KNX auch, lizenzierter Fachbetrieb. Da eq-3 seit vier Jahren auch eine KNX-ähnliche Produktpalette im Programm hat, können wir im preissensitiven Objekt hiermit oft trotzdem Bus-technik anbieten.



KNX-Bustechnologie mit 500  
angeschlossenen Herstellern als  
Basisprodukt

AJH bietet Beratung, Planung und  
Programmierung aus einer Hand

Im Bereich Nachrüstung im Bestandsbau  
ist HomeMatic die Basis

### 6. Wie investiert das Unternehmen in Forschung und Entwicklung, um kontinuierlich innovative Produkte auf den Markt zu bringen?

Forschung und Entwicklung sind bei uns darauf begrenzt neue Produkte zu begutachten und evtl. ins Portfolio mit aufzunehmen. Die Innovation liegt bei uns darin, niemals an Altem festzuhalten. Allerdings gilt als innovativ auch derjenige, der immer ein Ohr am Markt und bei den Herstellern hat. Wir sind z.B. GIRA Aktiv Partner und dadurch sehr nahe am deutschen Marktführer für KNX-Systeme.

Wir prüfen ständig die Verknüpfbarkeit von Systemen um immer eine Lösung anbieten zu können.



„Die Innovation liegt bei uns darin, immer  
ein Ohr am Markt zu haben“

## Kundenbasis Und Wachstum

### 7. Wie hat sich die Kundenbasis des Unternehmens in den letzten Jahren entwickelt?

Wie eingangs bereits geschildert, fand ab 2004 eine Ausrichtung auf den vermögenden Privatkunden statt. Seither konnten wir über 400 Projekte umsetzen. Zusammen mit Partnern haben wir sogar für weit über 2.000 Kunden Dienstleistungen erbracht.

Dank der vermehrt auf den Markt kommenden preisangepassten Produkte rückt nun auch der gehobene Mittelstand ins Visier. Heute wollen wir vermehrt die interessierten Bauherren / Architekten finden und ab dem ersten Gedanken für ein neues Zuhause als Planer dabei sein. Im Gewerbebau ist das seit Jahrzehnten unabdingbar und etabliert, wird allerdings auf privater Ebene völlig vernachlässigt.



Mehr als 400 direkt realisierte Projekte  
und weit über 2.000 Kunden

Bauherr, Architekt und technischer Planer als  
ideales Trio

### 8. Welche Märkte sind für das zukünftige Wachstum des Unternehmens besonders vielversprechend?

Aktuell sind wir für Planungen in Kroatien im Gespräch, auch ein australischer Bauunternehmer hat Interesse bekundet. Dort ist unser Thema bisher gar kein Thema. Dies sind aber eher Ausnahmen, die durch Empfehlungen ehemaliger Kunden zustand kamen.

Nachhaltig möchten wir auf Festland Spaniens aus eigener Kraft wachsen. Dieses Ziel soll ab den kommenden Monaten verstärkt angegangen werden.

Ein bisher nicht sehr akzeptierter Markt ist das „Technikunterstützte Wohnen“ für Menschen mit Alltagseinschränkungen. Auch dieses Thema wollen wir verstärkt angehen. 2012 haben wir hier schon erste Versuche unternommen, ein leitender Angestellter hat sich bereits an der Medizinischen Hochschule Hannover zum AAL-Berater (Ambient Assisted Living) ausbilden lassen. Unter Ambient Assisted Living (Deutsch: Altersgerechte Assistenzsysteme) versteht man Geräte, die den Wohnraum mit neuen Technologien verknüpfen, um Menschen mit Unterstützungsbedarf mehr Selbstständigkeit zu ermöglichen.



Festland Spaniens als Wachstumstreiber

Zukunftsbranche: Altersgerechtes  
Wohnen

## Finanzielle Performance Und Prognosen

### 9. Wie hat sich das Unternehmen in den letzten Jahren finanziell entwickelt?

Die Umsatzerlöse der A.J.H.-Elektro Gesellschaft für Kommunikations- und Elektrotechnik mbH entwickelten sich stabil im unteren siebenstelligen EUR Bereich mit Nachsteuermargen von knapp 10 Prozent. Die Stabilität unseres operativen Geschäfts spiegelt sich auch in der Bonität wieder — so liegt unser Scoring bei der Creditreform mit 168 Punkten im hellgrünen Bereich. Wobei wir bis dato keinerlei Kreditlinien in Anspruch nehmen.



Exzellentes Crefo-Rating, stabile Umsatzerlöse mit Nachsteuer marge von knapp 10 Prozent

### 10. Welche Prognosen gibt es für das zukünftige Wachstum des Unternehmens?

Wir haben die Weichen auf ein signifikantes Wachstum gestellt und arbeiten hart dafür innerhalb der kommenden drei Jahre Umsatzerlöse im unteren zweistelligen Millionenbereich zu erzielen und innerhalb der kommenden fünf Jahre unser erstes Ziel, einen jährlichen Umsatz in Höhe von 25 Millionen EUR, zu erwirtschaften. Der Weg zu diesem Wachstum ist klar definiert.

Organisches Wachstum soll geographisch vor allem im Bereich Festland Spanien erzielt werden.

Darüber hinaus sollen Marketing-Kampagnen unser Wachstum stimulieren. Hier möchten wir Leads durch Landingpages, die Hintergrundwissen für zukünftige Bauherren bieten, generieren. Diese Landingpages werden über Google AdWords beworben. Auf diesem Weg haben wir eine optimale Transparenz hinsichtlich Conversion-Rates und Kosten und können unsere Werbeausgaben klar steuern.

Die gewonnen Leads sollen dann durch CallCenter angesprochen werden. Die CallCenter sollen darüber hinaus aber auch Makler, Architekten und weitere Berufsgruppen ansprechen, um zu einem möglichst frühen Zeitpunkt in Projekte eingebunden zu werden.

Der Bereich "altersgerechtes Wohnen" soll ebenfalls zum Umsatz beitragen.

Durch den Börsengang der FutureSmart Holdings AG erhält die A.J.H.-Elektro Gesellschaft für Kommunikations- und Elektrotechnik mbH Zugang zu Wachstumskapital, das uns neben dem organischen auch anorganisches Wachstum ermöglicht.

Dabei muss man bedenken, dass der Umsatz der deutschen Haus- Gebäudetechnik in den letzten zehn Jahren konstant gestiegen ist und im Jahr 2023 einen neuen Rekord in Höhe von 77,7 Millionen EUR erreicht hat. Hier gibt es hunderte kleinerer und mittlerer Betriebe von denen viele vor der Frage der Nachfolgeregelung stehen. Diese Marktconsolidierung wollen wir aktiv nutzen um günstig Umsatz in strategisch aussichtsreichen Regionen Deutschlands hinzuzukaufen.



Erstes Ziel: Umsatzerlöse in Höhe von 25 Millionen EUR

Mix aus organischem und anorganischem Wachstum geplant

**ORGANISCH:**  
Lead-Generierung, Direktmarketing, neue Produktgruppen

**ANORGANISCH:**  
Aktive Buy & Build Strategie in strategisch interessanten Regionen Deutschlands

## Nachhaltigkeit Und Soziale Verantwortung

### 11. Wie integriert das Unternehmen Nachhaltigkeit in seine Geschäftsstrategie?

Hier ergeben sich für uns keine besonderen Aufgaben. Durch die Integration von PV-Anlagen, Wärmepumpen, Speichersystemen, intelligenten Ladelösungen für Elektromobilität und anderen nachhaltigen Lösungen in unsere Steuerungssysteme sind wir automatisch nachhaltig.



Originär nachhaltige und damit zeitgemäße Branche

### 12. Welche soziale und ökologische Verantwortung übernimmt das Unternehmen in den Gemeinden, in denen es tätig ist?

Wir streben einen regionalen Mitarbeiterstamm an. Auch evtl. Partner werden dazu angehalten sich nicht am osteuropäischen Markt zu bedienen. Faire Vergütungen oberhalb von Tarifverträgen und einen Mix aus Präsenz- und Homeworking sollte gesetzt sein. Speziell Planung und Programmierung sind ortsunabhängig.

Die Müllvermeidung, kontrollierte Heiz-/Kühlsysteme in den Büros und möglichst regenerative Energien sind unabdingbar in den Büroumgebungen.



Regionale Mitarbeiterrekrutierung, Vergütung oberhalb Tarifverträgen und Mix aus Präsenz- und Homeworking

## Börsengang Und Investmentchancen

### 13. Was sind die Hauptgründe für den geplanten Börsengang?

Die Gründe für den Börsengang sind vielschichtig. Angefangen von dem Zugang zu Wachstumskapital, um aktiv Marktchancen zu ergreifen und an der Konsolidierung des sehr fragmentierten Smart Home Marktes zu partizipieren.

Der nächste Punkt ist die Mitarbeiterbindung. Im Handwerksbereich buhlen Wettbewerber um Fachkräfte. Von Mitarbeiterfahrzeugen, 4-Tage-Woche, Home-Office, etc ist alles dabei. Aber Mitarbeiterbeteiligungsprogramme für den Erwerb von Aktien einer börsennotierten Gesellschaft — das ist ein unschlagbares Argument und damit setzen wir uns dann nachhaltig von den Mitbewerbern ab und können versuchen, die besten Mitarbeiter für uns zu gewinnen.

Wir möchten aber nicht nur Mitarbeiter an unser wachsendes Unternehmen binden. Wir möchten auch strategisch wichtige Partner, wie beispielsweise Architekten und gewerbliche Bauherren an unser Unternehmen binden. Somit erhalten wir ein treues und strategisch wichtiges Aktionariat und dadurch eine nach unten abgesicherte, stabile Kursentwicklung.

Last but not least bringt ein Börsengang bzw. eine Börsennotiz eine deutliche erhöhte Aufmerksamkeit, die sich sicherlich auch in zusätzlichen Umsatz konvertieren lässt.



Börsengang bringt Wachstumskapital, die Option für Mitarbeiter-beteiligungsprogramme und Bindung wichtiger Geschäftspartner im Aktionariat

### 14. Welche Vorteile bietet der Börsengang potenziellen Investoren?

Smart-Home ist in aller Munde. Das Wachstum ist nicht aufzuhalten. Die Trends auf den Fachmessen zeigen deutlich in diese Richtung. Die kommende Generation wird keine Lichtschalter mehr bedienen wollen. Investitionssicherheit für neue Gebäude aus dem Jahr 2025 ff. gibt es nur mit smarter Technik!

Einige große Marktteilnehmer haben den Schritt aufs Börsenparkett bereits sehr erfolgreich umgesetzt bzw. sind gerade auf dem Sprung an die Börse.

Fluence Energy (NASDAQ: FLNC), ein Unternehmen für Energiespeicher- und Smart-Grid-Lösungen, ging 2021 an die Börse und nahm fast eine Milliarde Dollar ein. Fluence ist ein wichtiger Akteur im Bereich der Energiespeicherung, was direkt mit intelligenten Energiemanagementlösungen für Smart Homes verbunden ist. Allein in den letzten sechs Monaten hat sich der Aktienkurs fast verdoppelt.

LG Energy Solution, bekannt für seine Produktion von Batterien für Elektrofahrzeuge und Energiespeichersysteme für Zuhause, führte 2021 den bisher größten Börsengang in Südkorea durch und sammelte etwa 10-12 Milliarden Dollar ein. Dies ist besonders relevant für Smart-Home-Technologien im Bereich des Energiemanagements.

HomeSmart, eine technologiegetriebene Plattform im Bereich Immobilien, die sich auch mit Smart-Home- und Automatisierungslösungen befasst, kündigte 2022 ihren Börsengang an. Obwohl dieser noch nicht abgeschlossen ist, positioniert sich das Unternehmen als bedeutender Akteur im Bereich der Smart-Home-Immobilien.

In Deutschland bietet die mediola connected living AG (Frankfurt) smarte Automatisierungslösungen an und agiert vor allem in der Softwareentwicklung für Smart Homes. Es ist ein kleineres Unternehmen, das jedoch Potenzial für zukünftige Börsengänge oder Investitionen zeigt.

Wir wären somit das erste Unternehmen aus Deutschland, das es Investoren ermöglicht, direkt vom Wachstum im Bereich Smart Home zu profitieren.



On an international level, numerous companies in the Smart Home sector have successfully made the leap to the stock market

The stock price of Fluence Energy has nearly doubled in the past six months

FutureSmart is the first company from Germany through which investors can benefit from growth in the Smart Home sector.

## Unternehmensführung Und Kultur

### 15. Wer sind die Schlüsselpersonen im Management-Team, und welche Erfahrungen bringen sie mit?

Andreas Franz, Elektromeister, Systemintegrator und „SmartHomer“ der ersten Stunde. Anwerbung und Ausbildung von geeigneten Persönlichkeiten im Vertrieb um skalierbare Erfolge zu ermöglichen. Bisher einer von zwei technischen Vertriebsmännern.

Dennis Jan Ott, Elektromeister, Systemintegrator und war Azubi in der AJH. Dieses „Eigengewächs“ lebt den KNX Gedanken zu 100% und steht auch als GF der RaumFaktum-Rheinland GmbH vor. Diese Handwerkerkooperation übernimmt seit 2008 auch Vertriebsaufgaben.

Marcel Wilms, Informatiker, Elektroniker für Gebäudetechnik, Systemintegrator und auch als Azubi bereits in der AJH verantwortet er die Planung.

Silke Dieltz, Prokuristin und verantwortlich für die Materiallogistik. Die guten Einkaufskonditionen können weiter genutzt und an Partnerbetriebe / Franchise ausgespielt werden.

Stephan Flegler, Informatiker. Er bearbeitet das Gebiet Festland-Spanien im Vertrieb und kann in der Bauherrenberatung unterstützen.

Dominique Wunder, Head of Marketing (extern) bei First Smart Home S.L., Social-Media-Spezialistin. Wird beim weiteren Aufbau unterstützen. Sie bietet ein großes Netzwerk an Partnern im Bereich Marketing.



## Produkte & Portfolio

