

# Gemeinsam stärker

ABG ERHÖHT IM KOMMENDEN  
JAHR ZAHL DER WOHNUNGS-  
MODERNISIERUNGEN  
SEITE 2

HUBERTUS WINTERBERG VON  
DER SÜDWESTFALEN AGENTUR  
IM GESPRÄCH  
SEITE 3

HANDBALLMÄDELS VON SPORT  
UNION ALTENA E. V. GEHEN IM  
ABG-LOOK AUFS PARKETT  
SEITE 4



Zwischen den Gebäuden des Entwurfs von Kaldewey und Wortmann sieht man die geplanten „Erschließungstürme“ mit Treppen und Aufzügen.

## ARCHITEKTURWETTBEWERB FÜR BREITENHAGEN ALS IMPULS FÜR QUARTIERSENTWICKLUNG

Das Lüdenscheider Architekturbüro Kaldewey und Wortmann hat den Wettbewerb um die Quartiersentwicklung am Breitenhagen gegen sechs weitere Konkurrenten für sich entschieden. Die Jury – bestehend aus Altenas Bürgermeister Dr. Andreas Hollstein, Stadtplaner Roland Balkenhol, ABG-Vorstand Jochim Effertz und namhaften Architekten – einigte sich auf den Siegerentwurf, bei dem vor allem der Umgang mit dem vorhandenen Gebäudebestand im ausgesuchten Areal überzeugte.

„Aufgabe war es, unterschiedlich große Wohnungen – zum Teil barrierefrei – unterzubringen. Das ist nach Ansicht der Jury gut gelungen“, erklärte ABG-Vorstand Joachim Effertz. Der Entwurf sieht vor, das Treppenhaus der bestehenden Gebäude überflüssig zu machen, indem „Erschließungstürme“ mit Treppen und Aufzügen je zwei Doppelhäuser über Laubengänge verbinden. Damit wird zusätzlicher Wohnraum in den Gebäuden möglich. Es sollen zudem Freiflächen mit Gemeinschaftsgärten, Mietgärten und private Grünflächen entstehen. Von den 50.000 Euro Preisgeld gehen 24.000 Euro an das Sieger-Büro. Ein Beirat soll nun weitere Planungen bzw. Änderungsvorschläge begleiten.

## ABG begeht 2020 ihr 150-jähriges Jubiläum

150

1870-2020

Ältestes Wohnungsunternehmen in NRW, fünftältestes in Deutschland: Anfang 2020 wird die Altenaer Baugesellschaft 150 Jahre alt. Für dieses denkwürdige Jubiläum hat das Unternehmen jetzt einen Festausschuss gebildet, der unter anderem einen Festakt mit Vertretern aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft am 14. Februar 2020 und spezielle Mieterfeste für die ABG-Kunden vorbereitet. Es wird zudem eine Festschrift erscheinen. Das nebenstehende Jubiläumsslogo ziert ab 2019 alle Werbemaßnahmen, Bauplanen und auch die ABG-Briefköpfe.

### EDITORIAL

## Dem neuen Zusammenleben Rechnung tragen



Die Altenaer Baugesellschaft steuert auf ihr großes Jubiläum zu: Im Jahr 2020 liegt ihre Gründung durch

Altenaer Industrielle 150 Jahre zurück. Damals wurde mit dem gemeinsamen Engagement der Unternehmer dem steigenden Wohnungsbedarf für Mitarbeiter Rechnung getragen. Erst nach dem Ersten Weltkrieg kam die kommunale Beteiligung der Stadt Altena durch Aktienwerb hinzu. Stets blieb aber die Mehrheit der ABG-Anteile im Besitz der Unternehmen.

Die Situation hat sich in den letzten Jahrzehnten gravierend gewandelt – viele arbeitsintensive Industriezweige sind verschwunden. Mit der sinkenden Zahl der Arbeitsplätze hat sich auch die Nachfrage beim Wohnraum verändert – heute herrscht Überschuss statt Knappheit.

In der Gegenwart hat die Pflege und die Modernisierung des Bestands oberste Priorität für die Anteilseigner der ABG. In den letzten acht Jahren waren es über 23,5 Mio. Euro – in den nächsten zwölf Monaten sollen weitere vier Mio. Euro investiert werden. Durch neue Konzepte wie Zeit-Wohnen, GästeWohnen oder spezielle Angebote für junge Leute hat die ABG auch auf geänderte Bedürfnisse reagiert – immer im Interesse ihrer Kunden. Dabei ziehen Unternehmen und Kommune auch zukünftig an einem Strang!

**Matthias Rentrop,**  
Mitglied des Aufsichtsrats der  
Altenaer Baugesellschaft

## ABG-PARTNER

### ALTENAER MALERHANDWERK MIT STARKEM ENGAGEMENT



Kay Graumann (Firma Menke), Jörg Wienke (ABG-Handwerkerteam), Andreas Olbrich (Inhaber Firma Menke) und Paul Sebastian Resch (Inhaber Paul Resch Malerbetrieb/ v. l. n. r.) unterstützen maßgeblich die Sanierungsarbeiten der ABG.

Zuverlässig, schnell, kompetent – diese Attribute zeichnen die beiden Malerbetriebe aus, die seit vielen Jahren Aufträge für die ABG realisieren. Das Malergeschäft Menke – ein über 100 Jahre alter Altenaer Traditionsbetrieb – kommt dabei vor allem bei Modernisierungen in den Wohnungen oder beispielsweise bei Malerarbeiten nach Wasserschäden zum Einsatz.

Der Paul Resch Malerbetrieb als zweiter großer Partner ist vor allem in die Sanierung von Fassaden eingebunden. So realisierte das in Altena fest verankerte Unternehmen in den letzten Jahren viele der Entwürfe des Farbdesigners Peter Zoernack beispielsweise am Breitenhagen oder am Pragpaul. Nicht zu vergessen: Mit Jörg Wienke hat die ABG auch einen erfahrenen eigenen Maler in ihrem Handwerkerteam. Für ABG-Ingenieur Magnus Benkhofer ist klar: „Die Malerarbeiten an und in unseren Objekten gehen reibungslos über die Bühne, was vor allem der Einsatzbereitschaft der vertraglich gebundenen Firmen und unseres Handwerkers zu verdanken ist.“

## ABG-AKTION

### E-MOBILITÄT IM ABG-MIETERTEST



Angebot an ABG-Mieter: Elektroautos von innen und außen prüfen und testen.

Im Jahr 2018 waren die fünf Mieterfeste der ABG von einer Besonderheit geprägt: Die ABG-Kunden konnten während der Feste jeweils Elektroautos und elektrisch unterstützte Lastenräder in Augenschein nehmen und sogar praktisch testen. Mitarbeiter der EnergieAgentur.NRW beantworteten die Mieterfragen rund um das Thema Elektromobilität. „Wir wollten Elektroautos näher zu den Bürgern bringen und damit die Möglichkeit bieten, selber einmal verschiedene elektrische Autotypen zu fahren. Das wurde in Altena sehr gut angenommen“, bilanzierte Claudia Mahneke von der EnergieAgentur.NRW. „Die ABG-Kunden wurden so zu Multiplikatoren für Elektromobilität im Quartier. Und das kommt perspektivisch allen zugute.“

## ABG-INVESTITIONEN

### Umbauarbeiten in allen Quartieren / Fassadenerneuerungen gehen weiter



Im kommenden Jahr modernisiert die ABG bis zu 80 Wohnungen.

Die ABG wird ihren Kunden und den Altenaern im kommenden Jahr noch mehr sanierte Wohnungen anbieten können. „2018 haben wir etwa 60 Wohnungen saniert, 2019 sollen es 75 bis 80 werden, die meisten davon als Vollmodernisierungen“, erläutert ABG-Vorstand Joachim Effertz die Pläne. Umbauarbeiten sind im gesamten Bestand und in allen Quartieren vorgesehen.

Auch das äußere Erscheinungsbild wird sich weiter ändern. „In der Liebigsstraße und Harkortstraße am Pragpaul setzen wir beispielsweise unsere Fassaden- und Dachsanierungen ab Ostern 2019 fort. Fassadenerneuerungen stehen auch im Denkmalbereich Am Knerling 39 und 41 sowie Eichendorffstraße 2 und 4 und 6 und 8 an“, ergänzt ABG-Architekt Jörg Hammerschmidt. Treppenhausestriche, neue Vordächer und Mülltonnen-Abstellplätze sowie neue Balkone ergänzen die Planungen.

Im Rahmen des Stadtumbaus wird es auch Rückbaumaßnahmen geben müssen: Mit der Memeler Straße 16, 18, 20, 22, 24 und 26 baut die ABG insgesamt sechs Gebäude zurück. Den Mietern wurden attraktive neue Wohnungen angeboten.

## ABG IM GESPRÄCH

## „Wir wollen Südwestfalen als digitale Modellregion in Nordrhein-Westfalen entwickeln“

**Hubertus Winterberg, Geschäftsführer der Südwestfalen Agentur GmbH, über eine starke Wirtschaft, hohe Lebensqualität und cooles Wohnen in der Region**

**Herr Winterberg, was macht die Südwestfalen Agentur genau?**

**Hubertus Winterberg:** Die Südwestfalen Agentur ist eine regionale Entwicklungsgesellschaft. Wir bündeln die Kräfte von Wirtschaft und Politik zur wettbewerbsfähigen Positionierung der Region im Vergleich zu anderen Standorten. Unsere beiden Geschäftsfelder sind die regionale Entwicklung und das Regionalmarketing. Das Marketing setzen wir mit unseren Geschäftspartnern Hochsauerlandkreis, Märkischer Kreis, Kreis Olpe, Kreis Siegen-Wittgenstein, Kreis Soest und dem Verein „Wirtschaft für Südwestfalen“ um. Dabei geht es darum, die Vorzüge Südwestfalens herauszustellen und so Fachkräfte auf die Region aufmerksam zu machen. Im Bereich der regionalen Entwicklung arbeiten wir in enger Abstimmung mit den 59 Städten und Gemeinden an Zukunftskonzepten für Südwestfalen und steuern auch die Aktivitäten der REGIONALE 2025. Wir wollen Südwestfalen als digitale Modellregion in Nordrhein-Westfalen aufstellen.

**Was macht Südwestfalen aus Ihrer Sicht so speziell?**

**Hubertus Winterberg:** Südwestfalen ist auf der einen Seite eine unheimlich wirtschaftsstarke Region. Wir sind der stärkste Industriestandort in Nordrhein-Westfalen, bei uns sind überdurchschnittlich viele inhabergeführte Unternehmen und Familienbetriebe ansässig und über 150 Firmen, die in ihrem Segment Weltmarktführer sind. Auf der anderen Seite haben wir viel Grün, Wald, Natur, ausgezeichnete Freizeitangebote und mit den Tourismusmarken Sauerland und Siegen-Wittgenstein attraktive Erholungs- und Aktivräume. Diese Kombination findet man sehr selten.

**Gibt es schon eine südwestfälische Identität, die historisch bedingt ist und nur ausgebaut werden muss?**

**Hubertus Winterberg:** Die aktive Zusammenarbeit von Politik und Wirtschaft über die Kreisgrenzen hinaus gibt es erst seit 2008 anlässlich der REGIONALE 2013. Seitdem ist eine Kultur gelebter Kooperation gewachsen. Weil alle mit dem gleichen Ziel unterwegs sind: die Vorzüge der Region

bekannter zu machen und Südwestfalen zukunftsfähig weiterzuentwickeln. Es gab vorher auch schon nicht manifestierte Gemeinsamkeiten: Im Siegerland, der Soester Börde und im Sauerland war es schon immer so, dass hier die inhabergeführten Betriebe dominierten und sich mit innovativen Produkten am Markt positionierten. Das ist sozusagen ein gewachsener Teil der südwestfälischen Identität, die nun gebündelt nach außen transportiert wird.

**Wie dringt man heutzutage durch das Meer an Informationen, wenn man eine Region besonders hervorheben will?**

**Hubertus Winterberg:** Mit Qualität und guter Arbeit. Wir müssen uns in Südwestfalen nicht verstecken. Wir haben klare Vorzüge – die von mir schon angesprochene Kombination aus starker Wirtschaft und hoher Lebensqualität mit Ruhe und Abenteurer.

Gleichzeitig arbeiten wir strategisch an den Herausforderungen einer eher ländlich geprägten Region wie Südwestfalen. Digitalisierung ist unser Gestaltungsmittel, um Antworten auf die Zukunftsfragen in der Wirtschaft wie in der Stadt- und Dorfentwicklung, also auch bei Mobilität und Gesundheit, zu finden. Das soll uns gelingen mit Ideen, Konzepten und Projekten, die digital, nachhaltig und authentisch sind. Die REGIONALE 2025 gibt uns die Möglichkeit dazu. Wir stehen gerade am Anfang, aber wir bekommen immer wieder bestätigt, dass dieser Weg, den wir aufgenommen haben, einzigartig ist und weit über Südwestfalen hinaus beobachtet wird.

**Wie kann die Entwicklung digitaler Infrastruktur und digitaler Produkte in einer eher ländlich geprägten Region gelingen?**

**Hubertus Winterberg:** Das gelingt, wenn neu, quer und strategisch gedacht wird. Wenn sich neue Allianzen bilden, die vorhandenen Strukturen in Südwestfalen gebündelt werden und sich im kooperativen Miteinander gegenseitig befruchten. Ein Beispiel: Es gilt Unternehmen, Hochschulen und Start-ups besser zu vernetzen, um neue und ggfs. digitale Geschäftszweige zu erschließen.



Wir sind auch davon überzeugt, dass die Südwestfalen-DNA – Digital, Nachhaltig, Authentisch – eine vielversprechende Haltung ist. Digitalisierung darf für uns kein unzählbares Monstrum sein. Wir können mit digitaler Hilfe viel verbessern und langfristig gestalten. In Vereinsstrukturen wie auch in Gesundheitsfragen. Wir wollen Zukunft schaffen für die nachfolgenden Generationen.

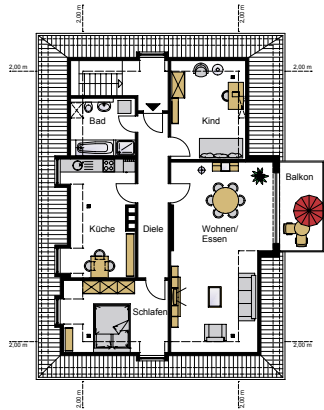
**Welche Rolle spielt das Thema Wohnen im Gesamtkonzept der Agentur?**

**Hubertus Winterberg:** Wohnen bekommt im Standortwettbewerb, da bin ich mir sehr sicher, eine ganz neue Bedeutung. Zum einen durch die zentrale Frage nach bezahlbarem Wohnraum außerhalb der Metropolen – gerade für Familien. Zum anderen auch über eine Qualitätsfrage, die insbesondere die jungen Menschen stellen. Gerade hier müssen wir auch im Rahmen der REGIONALE 2025 ansetzen und neue Konzepte realisieren. Wohnen in Südwestfalen kann auch cool und modern sein, mit allen Vorzügen unserer Gebäudetechnik-Spezialisten in der Region. Es geht dabei neben Technik um Gestaltung, Offenheit, und das bringt uns zum Thema Baukultur. Wir müssen eine Identität für regionale Werte und Anmutung unserer Gebäude entwickeln. Wenn es gelingt, dabei unsere Wurzeln und Stärken mit der Moderne zu verbinden, haben wir ein echtes Alleinstellungsmerkmal, das zieht und verbindet. Eine solche langfristige Strategie unter Einbindung der Bürger kann für Städte und Dörfer im Wettbewerb neue Attraktivität und Identität schaffen. Die ersten Schritte sind gemacht, weitere folgen – auch in der REGIONALE 2025.

## ABG-ANGEBOT

## Traumhaftes Wohnen mit Blick ins Lennetal

Komfortables Wohnen, traumhafter Ausblick: Die komplett sanierte Dachgeschosswohnung in der Gartenstraße 40 lässt keine Wohnwünsche offen. Drei Zimmer, 98 qm Wohnfläche, Balkon, Badezimmer mit Wanne und Dusche, dazu Gaszentralheizung, machen diese Wohnung zu einem attraktiven Angebot. Ansprechpartner: Dominik Seeling, Tel.: 02352 2080-14, E-Mail: dominik.seeling@altenaer-baugesellschaft.de



## DIE ABG IM NETZ

### Webauftritt:

Sie halten Ausschau nach einer neuen Wohnung? Sie suchen Öffnungszeiten oder den richtigen Ansprechpartner bei der ABG? Dann sind Sie auf [www.altenaer-baugesellschaft.de](http://www.altenaer-baugesellschaft.de) richtig.

### ABG-Extra:

Alle, die Exklusivität, interessante Grundrisse, atemberaubende Ausblicke und Wohlfühl-Bäder suchen, finden das bei der ABG unter: [www.abg-extra.de](http://www.abg-extra.de)

### Junges Wohnen:

Ein neues Angebot der ABG – ganz speziell für junge Leute und deren Wohnbedürfnisse. Zeitgemäß, informativ und flippig. [www.trend-junges-wohnen.de](http://www.trend-junges-wohnen.de)

### Facebook:

Unter [facebook.com/altenaerbaugesellschaft](https://www.facebook.com/altenaerbaugesellschaft) können Sie mit uns in Verbindung treten. Hier erfahren Sie viel Wissenswertes rund ums Wohnen.

### Instagram:

Die ABG ist auch unter „[lovealtena](https://www.instagram.com/lovealtena)“ auf Instagram unterwegs. Dort gibt es tolle Eindrücke von Wohnangeboten für junge Leute. Und jede Menge mehr über Altena und seine Reize.

### ABG-Webletter:

Sie können sich gern unseren Webletter zusenden lassen. Einmal im Monat informieren wir kurz und prägnant über Neuigkeiten bei der Wohnungsgesellschaft. Anmeldung unter: [www.altenaer-baugesellschaft.de/newsletter.html](http://www.altenaer-baugesellschaft.de/newsletter.html)

## ABG-SPONSORING

## Handballmädels von Sport Union Altena e. V. gehen im ABG-Look aufs Parkett



Die weibliche B-Jugend von Sport Union Altena in ihren von der ABG gesponserten neuen Präsentationsjacken.

Im Herbst spendierte die ABG der weiblichen B-Jugend von Sport Union Altena e. V. einen Satz Präsentationsjacken – eine neuerliche Hilfe für Altens Handballverein. „Die Mädels wollen die Jacken gar nicht mehr ausziehen“, sagt Trainer Max Müller. Der 20-Jährige trainiert die 13- bis 16-jährigen Mädchen in der Kreisliga. Dort will sich das Team in dieser Spielzeit erst einmal etablieren, da einige Spielerinnen neu sind und zum ersten Mal Handball spielen. Im Vordergrund steht daher nicht der Gewinn eines Spieles, sondern das Team und das WIR!

[www.sport-union-altena.de](http://www.sport-union-altena.de)

## ABG INNOVATIV

## Halloween-Marketingaktion brachte neue Mietverträge

Originelle und erfolgreiche Marketingaktion: Unter dem Label Halloween lud die ABG Mitte Oktober Interessenten in eines der drei WG-Häuser des Unternehmens in die Nordstraße ein. „Wir hatten auf verschiedene Wohnungsgrößen zehn Prozent Mietrabatt eingeräumt. Am Schautag war dann der Andrang ziemlich groß“, resümiert ABG-Vermieter Dominik Seeling. Das Ergebnis: Zwei Mietinteressenten haben ihren Vertrag für ein WG-Haus-Zimmer unterzeichnet, drei weitere Wohnungen konnten vermittelt werden.



## ABG KOOPERATIV

## Azubis aus Lübeck und Bielefeld lernen Unternehmen kennen

Zwei Wochen Schnupperkurs in fremden Gefilden: Mit Felix Schumacher und Natalie Kramme haben zwei Auszubildende für die Immobilienwirtschaft aus Lübeck und Bielefeld in einem



Felix Schumacher konnte bei seinem Praktikum viel von ABG-Kundenbetreuerin Kornelia Schneider in Erfahrung bringen.

Austauschpraktikum die Arbeit der ABG kennengelernt. Beide kommen von wesentlich größeren Wohnungsunternehmen und bekamen so Einblicke in die Besonderheiten der ABG-Arbeit. Ein hoher Leerstand und die daraus resultierenden Probleme sind eine der Herausforderungen, denen sich das kleine, schlagkräftige ABG-Team stellen muss.

„Klar, dass sich die ABG ganz besonders um ihre Mieter kümmern muss und um neue Kunden“, fasst der 20-jährige Felix Schumacher die Erkenntnisse aus seinem Praktikum zusammen. Und er hat erlebt, wie ein kleines Team nicht weniger große Aufgaben mit Bravour bewältigt. Vor Felix Schumacher erhielt bereits Azubi Natalie Kramme von einer Bielefelder Wohnungsgesellschaft einen interessanten zweiwöchigen Einblick in die Arbeit der „kleinen“ ABG. Auch die Azubis der ABG können solch ein Praktikum bei anderen Wohnungsunternehmen absolvieren.

### Impressum:

Altenaer Baugesellschaft AG · Kirchstraße 9 · 58762 Altena · Tel: 02352 2080-0  
[info@altenaer-baugesellschaft.de](mailto:info@altenaer-baugesellschaft.de) · [www.altenaer-baugesellschaft.de](http://www.altenaer-baugesellschaft.de)

Realisation: Goodnews Agentur für Kommunikation GmbH · Fotos: ABG, Goodnews, Südwestfalen Agentur/Michael Bahr, EnergieAgentur.NRW, privat Rentrop, Kaldewey und Wortmann