

PROJEKT BESCHREIB

Im Jahr 2001 erwarb die Basellandschaftliche Pensionskasse das ehemalige Miba-Areal zwischen dem Bahnhof SBB und dem St. Jakob-Park. Das Gelände wurde in vier Abschnitte unterteilt, von denen zwei bereits erschlossen sind: Auf Baufeld C findet sich ein hauptsächlich für Büroräumlichkeiten genutztes Gebäude, während auf Baufeld D die Residenz Senevita Gellertblick Alters- und Pflegewohnungen anbietet. Bis 2020 sollen auch die für die Baufelder A und B geplanten Objekte realisiert werden.



BAUFELD A

Hier entsteht ein zehngeschossiges Gebäude mit 117 Mietwohnungen inklusive Gewerbeflächen, geplant von Morger Partner Architekten AG. Seine rechteckige Grundform entspricht dem städtebaulichen Gedanken. Zwei breite Durchgänge verbinden den Platz mit dem angrenzenden Wald und machen den Höhenunterschied im Terrain durch breite Treppen erlebbar. Im Erdgeschoss liegen platzseitig drei Gewerbeeinheiten. Auf der Waldseite entstehen neun Studiowohnungen mit grösserer Raumhöhe, die eine Galerieetage ermöglichen und sich mit einem grossen Fenster zum Wald öffnen. In den weiteren Geschossen befinden sich je zwölf 2 1/2- bis 4 1/2-Zimmer-Wohnungen.

Visualisierung: Morger Partner Architekten AG



BAUFELD B

Hier entsteht ein zwölfgeschossiges Wohn- und Gewerbegebäude mit 78 Wohnungen und ein Hotel mit 137 Zimmern. Dieses ist in seiner langen Seite geteilt, gegen Norden und gegen die Autobahn das Hotel, gegen Süden und Westen sind die Wohnungen orientiert. Fenster und Loggien im Bereich der Wohnungen erhalten dieselben Abmessungen. Loggien treten somit optisch in den Hintergrund, das Gebäude erhält einen monolithischen Ausdruck. Die Fassade erhält eine keramische Oberfläche, die Zugänge im Erdgeschoss werden mit grossen Öffnungen und Gebäudeeinschnitten markiert.

Visualisierung: SSA Architekten AG BSA SIA



Insgesamt wird das Areal durch seine fortschrittliche Technik und die ausgeprägte Bepflanzung mit hohen Bäumen geprägt. Dies entspricht dem übergreifenden Konzept, das CityGate gerade für eine anspruchsvolle, urbane Zielgruppe attraktiv macht: smarter living im Grünen.