



Interview mit Simone Dulies, General Manager
des Hotel Bristol Wien

Wo der Prince of Wales Herz und Krone verlor

Seit über 100 Jahren heißt das Hotel Bristol seine Gäste mit Wiener Charme und 5-Sterne-Service willkommen. Hier checken seit jeher Künstler, Stars und Monarchen ein, die den Komfort, den charmanten Service und das kosmopolitische Flair genießen. Im Gespräch mit Wirtschaftsforum erzählt General Manager Simone Dulies von Wiener Gastfreundschaft, der Einbindung in das internationale Netzwerk von Marriott sowie einer Tradition gepaart mit sozialer und ökologischer Verantwortung.



HOTEL BRISTOL
VIENNA

THE
LUXURY
COLLECTION

Hotel Bristol Wien
A Luxury Collection Hotel
Kärntner Ring 1
1010 Wien
Österreich

+43 1 515 16 0

www.bristolvienna.com

Wirtschaftsforum:

WF: Wien wurde jüngst zur lebenswertesten Stadt gewählt. Wie schaffen Sie es, dieses Gefühl Ihren Gästen zu vermitteln?

Simone Dulies: Eigentlich bekommen alle unsere Gäste direkt ab dem Zeitpunkt, an dem sie hier am Hotel ankommen, sofort das Gefühl vermittelt, in einer der lebenswertesten Städte der Welt zu sein. Denn im Hotel Bristol kann man Wien von seiner charmantesten Seite erleben und dies direkt am Puls der Stadt. Das Hotel selbst ist als Art Déco-Juwel ein Haus mit wahren Kulturcharakter, das von Geschichte, Tradition und Stil geprägt ist und das wahre Wien wie

es war und ist repräsentiert. Und andererseits natürlich aufgrund der einzigartigen Lage gleich vis-à-vis der Wiener Staatsoper, direkt am zentralsten Punkt der berühmten Wiener Ringstrasse mit perfekter Anbindung an den öffentlichen Verkehr. Die hervorragende Infrastruktur der Stadt mit den zahlreichen Parks, Sehenswürdigkeiten, Restaurants et cetera lässt sich direkt von hier am besten erkunden. Gepaart mit dem hohen Servicecharakter und der typischen Wiener Gastfreundschaft unseres Personals vereint das Hotel auf einzigartige Weise das Pulsieren der Großstadt mit gelebter Geschichte.

WF: Die Geschichte des Hotels reicht bis 1892 zurück. Wie hat sich das Hotel über die Jahrzehnte verändert/entwickelt? Was waren immer seine Besonderheiten? Welche Anekdoten/Geschichten verbindet man mit diesem Traditionshaus?

Simone Dulies: Das Hotel ist immer mit der Zeit gegangen. Schon als modernstes Hotel der Stadt eröffnet, wurde es bis heute kontinuierlich, behutsam und stilvoll erweitert und mit modernen Designs und Technologien ergänzt. Schon seit jeher, und daran hat sich bis heute nichts geändert, ist das Hotel eine der besten und belieb-

testen Adressen für Künstler, Stars und Monarchen, die den Komfort, den charmanten Service und das kosmopolitische Flair genießen. Das Hotel Bristol war jedenfalls schon immer Inspirationsquelle. George Gershwin schrieb im Bristol an seiner Komposition 'An American in Paris', Catherine Deneuve drehte Filmszenen in der Bristol Bar, Opernsängerin Nelli Melba stand als süße Versuchung für das berühmte Pfirsich-Dessert Pate und der Prince of Wales brachte in den 1930er-Jahren sogar seine angebetete Wallis nach Wien und verlor dabei offenbar nicht nur sein Herz sondern auch seine Krone.

WF: Welche Vorteile bietet es, ein 'Luxury Collection Hotel' von Marriott als Teil einer internationalen Kette zu sein?

Simone Dulies: Die Vorteile sind sehr vielfältig, angefangen bei der Nutzung internationaler Vertriebsmöglichkeiten und Onlinemarketing über Synergien bei Dienstleistern bis hin zu einem weitreichenden Netzwerk an Kooperationspartnern und natürlich einem globalen Loyalty-Programm, um hier nur einige Punkte aufzuzählen.

WF: Nachhaltigkeit und Umweltschutz ist auch in der Luxushotellerie ein wichtiges Thema. Wie vereinen Sie dies mit dem hohen Anspruch Ihrer Gäste?

Simone Dulies: Das Hotel hat ein ganz klares Bekenntnis zur sozialen und ökologischen Verantwortung und erreicht dies über mehrere

Aspekte, wie zum Beispiel Fairtrade-Produkte, intelligente Energierückgewinnungssysteme, Einsatz energiesparender Mechanismen und Geräte und biologisch abbaubare beziehungsweise recycelbare Materialien. Es gibt dabei überhaupt keine Schwierigkeiten, dies in die Luxushotellerie zu integrieren, noch gibt es dadurch Einschränkungen für unsere anspruchsvollen Gäste.

WF: Über die letzten Jahrzehnte hat sich viel in der Hotellerie verändert, vom Anspruch der Gäste über Technologie bis zu gewerblichen Auflagen. Welche Veränderungen erwarten Sie für die Zukunft und was planen Sie selber an Neuem?

Simone Dulies: Generell war und ist es uns ein großes Anliegen und oberste Prämisse, sämtliche Innovationen im Hotel dem heutigen Lifestyle anzupassen, allerdings immer, ohne dabei den traditionellen und historisch so einzigartigen Charakter des Hotels zu verlieren. Natürlich nutzen wir Technologien, die die Zeit mit sich bringt, in verschiedensten Sparten, auch um unsere Leistungen und Services erweitern zu können. Doch den wertvollen, direkten Gästekontakt zum Beispiel durch virtuelle Onlinedienste zu ersetzen ist etwas, das uns fern liegt und so, meiner Meinung nach, in der Luxushotellerie auch gar nicht möglich ist. Außerdem verspüren wir derzeit den Trend, dass Gäste wieder vermehrt Wert auf direkte und persönliche Betreuung legen und diesen Service sehr schätzen und auch fordern.



Der Eingangsbereich zur Prince of Wales-Suite



Überzeugt durch Stil und Geschmack in der Ausstattung: Junior Suite



Die Opersuite vermittelt den typischen Charme des Bristol Wien

www.wirtschaftsforum.de

www.wirtschaftsforum.de

Wirtschaftsforum: