



BEAUTY WELLNESS ERNÄHRUNG MEDIZIN  
**B-young!**  
NOV / DEZ / JAN 2011/12

Dorissima-Gründerin Doris Brugger:  
*ihr persönliches Geheimnis  
für jungliches Aussehen  
und Vitalität*

BEAUTY WELLNESS ERNÄHRUNG MEDIZIN  
**B-young!**



„Die Natur beinhaltet alles, was wir brauchen, man muss es sich nur zu eigen machen.“ Doris Brugger

*Die Mode und die Kunst waren ihr Zuhause: Bis zu Gianni Versaces plötzlichem Tod war Doris Brugger als dessen PR-Managerin tätig. Inzwischen hat sich die weitgereiste und dynamische Selfmade-Businessfrau neu erfunden und ihre eigene Beautylinie entwickelt. Mit B-young! sprach sie über ihren spannenden Werdegang und ihr persönliches Geheimnis für jugendliches Aussehen und Vitalität. Die „DORISSIMA-Story“ ist vor allem deshalb so besonders, weil sie auf den mutigen Entscheidungen und den inspirierenden Ideen einer einzelnen Frau, der DORISSIMA-Entwicklerin Doris Brugger, basiert. Über ein Jahrzehnt war sie als PR-Frau bei dem italienischen Label Versace für den deutschsprachigen Markt verantwortlich. Gianni Versace, mit dem sie eng zusammenarbeitete, war es, der ihr auch den Namen „Dorissima“ gab. Nach seinem vorzeitigen Tod, der für sie persönlich einen echten Schicksalsschlag bedeutete, kehrte sie ihrem bisherigen Tätigkeitsfeld den Rücken und reist seitdem immer wieder durch die Welt, um neue Inspirationen zu finden. ➔*

BEAUTY WELLNESS ERNÄHRUNG MEDIZIN  
B-young!



Gianni Versace gab seiner PR-Managerin den Namen Dorissima, die heutige Pflegeserie von Doris Brugger

**R**aus aus dem Stress. Wie viele ihrer Kollegen und Freunde litt Doris Brugger an dem zunehmenden Stress und dem enormen Zeitdruck in der PR-Branche. Drängende Fristen, lange Arbeitszeiten und intensive Reisetätigkeiten forderten ihren Tribut. „Mir wurde plötzlich klar, dass ich etwas tun musste, um mein inneres Gleichgewicht wiederzufinden. Gesunde Ernährung und Krafttraining allein reichten nicht mehr aus“, so die Münchenerin. In Sri Lanka lernte sie eine Frau kennen, die sie in die Geheimnisse natürlicher Aromale als Grundbestandteil von Körperpflegeprodukten einwies. „Ich war sofort hellauf begeistert“, erinnert sich Doris Brugger. Sie begann, sich mit komplementären Heilmethoden und der wohltuenden Wirkung von Massagen zu

beschäftigen, erlernte Yoga und Meditation. Mit der Zeit entwickelte sie ein Bewusstsein für die Bedeutung von fernöstlichen Heilpraktiken für eine westliche Klientel. 2002 lancierte sie ihr erstes natürliches Bodyoil „Aphrodite“ und lernte zeitgleich den italienischen Parfumeur Lorenzo Villorosi kennen. Von dem Treffen inspiriert, kehrte sie nach Deutschland zurück, um Düfte zu entwickeln, die auf natürlichen Inhaltsstoffen basieren.

#### Ganzheitlichkeit als Lebensgefühl – nicht als PR-Kampagne

Dass ausgerechnet die ehemalige PR-Frau den Begriff der „Ganzheitlichkeit“ als Lebensphilosophie verstanden wissen möchte und nicht als Werbeslogan, erklärt sich aus ihrer Lebensweise. Die Rückbesinnung auf die innere Kraft als ureigener Ruhepol ist Doris Brugger wichtig. Heute besitzt die weltoffene Geschäftsfrau ein fundiertes ayurvedisches Fachwissen und ausgeprägte Kenntnisse über ganzheitliche Lebensweisen und innere Schönheit. Dieses Wissen möchte sie an ihre Kunden weitergeben. „Ich möchte Menschen motivieren, ihr Wohlgefühl in die eigenen Hände zu nehmen“, sagt Doris Brugger. „Primär geht es mir dabei um die Wiederentdeckung von Entspannung und eines Lebens fernab von Stress. Für mich persönlich ist das der Inbegriff von reinem und purem Luxus.“

#### Die Produktpalette wächst

Inzwischen bietet Doris Brugger eine Reihe von wertvollen Körper- und Massageölen an, die in ausgewählten Spas und von qualitätsorientierten Kundinnen zu Hause angewendet werden. Die Serie „Dorissima d1 – d7 Body & Massage Oils“ besteht aus sieben natürlichen Körper- und Massageölen, die den sieben Chakra-Farben zugeordnet werden. Dabei steht die Farbe Rot beispielsweise

für Eigenschaften wie Ausdauer und Durchsetzungsvermögen, Grün für Toleranz und Kreativität und Gelb für Spontaneität. Alle Produkte bestehen aus natürlichen und ätherischen Ölen wie Grapefruit, Zitrone, Vanille, Patchouli, Neroli, Mandarine, Ylang-Ylang und enthalten ausschließlich natürliche Farbstoffe. Passend dazu gibt es Beauty-Packs sowie Kräuter- und Früchtetees.

Parallel zu der bestehenden, auf den Chakren basierenden Beauty-Linie wurde das Pflegekonzept weiterentwickelt: In die Produkte der „ORGANIC ALPS“-Linie werden Alpenblüten-Essenzen eingearbeitet. Von der Alpenrose über Sandorn, Arnika, Minze, Enzian und Glockenblume bis zum Edelweiß reicht hier die Palette. Um die Produkt-Trilogie zu komplettieren, wird 2012 noch eine dritte Linie folgen, die „ORGANIC GEMS“. Hier stehen Edelsteine wie Rubin, Bernstein, Rutilquarz, Smaragd, Lapislazuli, Saphir und Diamant für ein ganzheitliches Treatment zur Auswahl.

Für die Produkte der DORISSIMA d1 – d7-Linie erhielt Dorissima den Gala-SPA-Award 2011. Die Dorissima-Produkte werden auch im Blue Spa des Bayerischen Hofes, München, angewandt. [www.dorissima.de](http://www.dorissima.de)



### Drei Fragen an Doris Brugger

#### Sie sind selbst eine vielbeschäftigte Frau. Wie sieht ihr persönliches Rezept für ein entspanntes Leben aus?

„Ich glaube an puristischen Luxus. Das bedeutet, Zeit zu haben, sich mit exklusiven Stoffen verwöhnen zu können, sich der Überladung des Alltags zu entziehen und sich einer wohltuend schlichten Sinnlichkeit hinzugeben. Durch meine vielen Reisen und Erlebnisse habe ich zudem gelernt, nicht stur gegen Widerstände anzukämpfen, sondern stets flexibel und dabei gleichzeitig zielgerichtet zu sein. Eigene Wege zu gehen hebt die Stimmung ganz enorm!“

#### Welche Rolle spielt das Alter der Kunden bei der Wahl der Produkte?

„Gar keine! Alle Produkte können von Kundinnen jeden Alters verwendet werden. Wichtiger ist der Gedanke der Intuition und der Ganzheitlichkeit: Die natürlichen Aromen der Pflegeprodukte unterstützen den Einklang von Körper, Geist und Seele.“

#### Nach welchen Kriterien entscheidet die Kundin, mit welchem Produkt sie behandelt werden möchte?

„Da gibt es verschiedene Möglichkeiten: Entweder entscheidet sie sich ganz intuitiv für eine bestimmte Farbe, die ihr zu dem Zeitpunkt am attraktivsten erscheint. Oft sind die so gefällten Entscheidungen besonders wirksam, weil sie aus dem Bauch kommen. Eine andere Möglichkeit ist die Aromatherapie – dann entscheidet die jeweilige Essenz. Spirituell Orientierte können auch zwischen Tarotkarten wählen, die ich passend zu den einzelnen Produkten entwickelt habe.“

BEAUTY WELLNESS ERNÄHRUNG MEDIZIN  
B-young!