

Peyman Amin



STECKBRIEF

Augenfarbe blau/grau/grün
KGR 1,75 m
Schuhgröße 42,5
KFG (Hemd) 38
KFG (Anzug) 44-46

PASSIONEN

Fashion bis zu 40 Fashion-Shows/Jahr
Laufen ca. 90 km/Woche
Fußball FC Bayern Fan, früher Libero
Musik Afrikanisches Jambei

LAUDATIONES

„GQ Style Night“, Kat. „Accessoires of the Year“, 2007
„PETRA Fashion Award“, Kat. „Casual Fashion“, 2007
„GQ – Men of the year“, Kat. „Model“, 2008

AKTUELLES

Mit der ProSieben-Doku-Reihe „Die Model-WG“ darf man sich ab dem 14. Januar 2010 erstmals auf Peyman als Host einer eigenen Sendung freuen.

SPRACHEN

Persisch, Deutsch, Englisch, Französisch (je fließend)

EIGENSCHAFTEN

Anspruchsvoll, ehrlich, direkt, stilsicher, konsequent, loyal, diszipliniert und begeisterungsfähig

VERÖFFENTLICHUNG

Peyman wird 2010 (ca. März) sein Buch „Der Modelmacher, Du brauchst das gewisse Etwas“ beim HEYNE-Verlag veröffentlichen.

In Kürze

1971 Geboren im Iran (Teheran), am 30. März
1979 Umzug mit seiner Familie nach Deutschland (Frankfurt)
1991 Abitur (Note-Schnitt: 1,9)
1993 Vordiplom BWL
1994 Modelagent bei der Agentur „Frankfurt One“
1997-2008 Wechsel zu „IMG Models“, Paris (betreute u.a. Heidi Klum, Gisele Bündchen, Milla Jovovich, Naomi Campbell, Laetitia Casta, und verantwortete Werbeverträge für L'Oréal, Vichy, Armani, Givenchy u.v.m.)
2002: Aufstieg zum „Director of Commercial and Advertising“
2008: Ausstieg bei „IMG Models“
Seit 2006 Juror für „Germany´s next Topmodel – by Heidi Klum“, 1.-4. Staffel
2009 Umzug nach Deutschland (München)
2010 „Model WG“ (ProSieben-Doku, Peyman Amin als alleiniger Host, ab 14.1.2010, 20.15 Uhr)
Peymans Buch „Der Modelmacher, Du brauchst das gewisse Etwas“ erscheint beim HEYNE-Verlag (VÖ ca. März 2010 (mehr Informationen unter: www.heyne.de / ISBN: 978-3-453-60163-5))

Engagement

Peyman engagiert sich mit Herzblut für Down-Syndrom-Träger und arbeitet seit 2009 intensiv mit dem Deutschen Down-Syndrom InfoCenter (DDIC) zusammen. Aktuell läuft ihre Studie zum Thema „Problematiken für Menschen mit Down-Syndrom (DS) beim Kleiderkauf“ mit dem Ziel, gemeinsam die erste europäische DS-Mode-Kollektion zu realisieren.

TV-ERFOLG „Germany´s next Topmodel – by Heidi Klum“ (Staffeln 1-4)

Überblick	2006	2007	2008	2009
MA in % / RW in Mio (Z. 14-29)	28,7 / 1,07	37,8 / 1,17	37,2 / 1,22	36,9 / 1,17
MA in % / RW in Mio (Z. 14-49)	6,2 / 2,29	21,4 / 2,58	23,3 / 2,77	24,2 / 2,89
MA in % / RW in Mio (Z. ab 3)	18,9 / 3,02	11,9 / 3,45	12,9 / 3,67	13,1 / 3,83
Bewerberzahlen	11.637	16.420	18.217	21.266

FACTS „Germany´s next Topmodel – by Heidi Klum“

... hat bis heute 16 Millionen 14-49 Jährige erreicht (Staffeln 1-4).
... erreichte in Staffel 4 durchschnittlich 45,9 % der weiblichen und 23,9 % der männlichen Zuschauer (14-29 J.). Bei den 30-49 Jährigen waren es 25 % der Frauen und 13 % der Männer die einschalteten. Insgesamt erzielte die vierte Staffel einen Quotenschnitt von 24,2 % (14-49 J.).
... begeisterte beim Finale der vierten Staffel bis zu 4,59 Millionen Zuschauer (ab 3 J.).

WEITERE TV-PRÄSENZEN (Auszug)

„west.art“, WDR, 2007
„Extreme Activity“, ProSieben, 2007
„Johannes B. Kerner“, ZDF, 2008
„Hart aber fair“, ARD, 2008
„Deutscher Eishockey Pokal 2009“, ProSieben, 2009
„Markus Lanz“, ZDF, 2009
„DL-Quiz Teil“, NDR, 2009
„Model-WG“, ProSieben, 2010

KONTAKT

CHO & CO GMBH & CO. KG
BÜRO FRANKFURT:
Wilhelm-Leuschner-Str. 14
D-60329 FFM / Fax: +49 69 928 869 822
BÜRO MÜNCHEN:
St.-Martin-Str. 2
D-81541 München / Fax: +49 89 330 35 32 11
www.choundco.com

