

Die Top-Leader kommen

Im Exklusivinterview mit **medianet** verraten Iris und Martin Wrana, was sie mit ihrem neuen Wirtschaftsmedium vorhaben.

••• Von Paul Christian Jezek

WIEN. Nicht wenige Print-Verlage jammern und klagen. Die beiden Medienmacher Iris und Martin Wrana hingegen engagieren sich mit einem neuen Großprojekt gegen diesen Trend.

Auf 300 Seiten – mit Hardcover und fadengeheftet hochwertig präsentiert – wird sich *Top-Leader* einmal jährlich an die heimischen Top-Entscheider wenden. **medianet** sprach mit dem Ehepaar über seine ambitionierten Pläne.

medianet: Wieso wagen Sie sich in Online-Zeiten wie diesen ausgerechnet an ein Wirtschafts-Printmedium?

Martin Wrana: Wir setzen auf ein starkes, extrem hochwertiges und ansprechendes Medium, das die Zielgruppe der *Top-Leader* dort abholt, wo sie sich selbst sehen.

Aus diesem Ansatz heraus soll sich *Top Leader* zu einem jährlichen Print-Ereignis entwickeln, das man genussvoll konsumiert und gern aufbewahrt.

medianet: Welchen Content werden Sie dabei präsentieren?

Iris Wrana: Wir porträtieren die wichtigsten Manager und Managerinnen unseres Landes, berichten über interessante Unternehmen und gehen wirtschaftlichen Strömungen auf den Grund.

Top Leader gibt ein klares Bekenntnis zu unternehmerischer Exzellenz ab und füllt damit eine Lücke in der heimischen Medienlandschaft.

medianet: Welche Mannschaft wird *Top-Leader* produzieren?

Martin Wrana: Als Chef-redakteur konnten wir den



© Top Leader Verlag (2)

renommierten Wirtschaftsjournalisten Arne Johannsen gewinnen.

Hohe *Top Leader*-Qualität wird weiters der langjährige Wirtschaftsjournalist Reinhard Göweil sichern, der als Autor und Vorsitzender des redaktionellen Beirats eine wesentliche Rolle spielen wird.

Iris Wrana: Weitere prominente Autoren sind Reinhard Engel, Michael Fembek, Harald Hornacek, Ines Kasperek, Se-

bastian Loudon, Hans-Jürgen Manstein, Stefan Schatz, Leo Szemeliker und Christa Teuschl.

Eine besondere Freude ist es, den ehemaligen WKO-Chef und nunmehrigen Präsidenten der Europäischen Wirtschaftskammer, Christoph Leitl, als Experten für europäische Wirtschaftsangelegenheiten mit an Bord zu haben.

medianet: Kann sich dieses Projekt rechnen?

Martin und Iris Wrana

Top Leader erscheint in einer Auflage von 15.000 Exemplaren, ist bewusst nicht im Handel erhältlich und wird auch nicht im Abo angeboten, sondern ausschließlich personalisiert versandt.

Martin Wrana: Wir haben in den vergangenen zwei Jahrzehnten u.a. bei *Option*, *New Business*, *Immobilien Magazin* und zuletzt *BusinessPeople* unsere Dynamik und wirtschaftliche Kompetenz bewiesen.

Außerdem ist das Jahresmagazin nur ein erster Schritt. Denn zusätzlich zur Print-Edition wird ein exklusives und wirklich einzigartiges Online-Angebot für und rund um die *Top-Zielgruppe* entstehen, das über einen Membership-Zugang auch digital sehr wertvollen Content bietet. **Iris Wrana:** 2019 wird das *Top-Leader-Jahr* – und das gilt nicht nur für unternehmerisch denkende Menschen, sondern auch für unser Produkt!

Hohe und gesicherte Vertriebsqualität

Die Zielgruppe

Top Leader geht an ausgewählte Persönlichkeiten wie die im Firmenbuch eingetragenen Eigentümer, Vorstände, Direktoren und Aufsichtsräte aufgrund ihrer Spitzenposition sowie eines Top-KSV-Ratings (unter 350), also an die Wirtschaftselite des Landes.

Das Konzept

Eine so hohe Verdichtung von Meinungsbildnern und Entscheidern sei einmalig, betont die für die Medienberatung zuständige Mit-Eigentümerin Iris Wrana. „Damit ist bei dieser für die Werbewirtschaft extrem begehrten und kaufkräftigen Zielgruppe jeglicher Streuverlust ausgeschlossen – und Print ist in dieser reifen und anspruchsvollen Zielgruppe immer noch das Medium erster Wahl.“

