

## LARS SILBERBAUER



### **Senior-VP MTV Digital Studios von Viacom Der Mann hinter Legos Social Media Erfolg**

Lars Silberbauer gehört zu den 25 innovativsten und einflussreichsten Marketing-Experten in Europa, sagt The Holmes Report. Während seiner Zeit bei Lego verwandelte Silberbauer die Spielwarenmarke in ein internationales digitales Kraftpaket, indem er die entsprechende Strategie entwickelte und ein Team dafür zusammensetzte. Nachdem er den weltweiten Social Media-Erfolg von Lego aufgebaut hat, ist er seit 2018 Senior Vice President der MTV Digital Studios von Viacom.

Lars Silberbauer hat einen BA in Film- und Medienwissenschaft und einen MA in Medienwissenschaft (Computer Media Science) von der Universität Kopenhagen sowie ein Diplom in Betriebswirtschaft von der Copenhagen Business School. Vor seiner Tätigkeit bei Lego ist Silberbauer acht Jahre lang im Fernsehbereich tätig, unter anderem als Leiter Social Media bei der dänischen Rundfunkanstalt.

Im Jahr 2011 beginnt er seine erfolgreiche Karriere bei Lego als Social Media Strategist und wird Leiter von Legos Social Media Aktivitäten. Von 2013 bis 2016 ist er Global Director of Social Media & Search und von 2016 bis 2018 Senior Global Director of Social Media & Video bei der Lego Group. Sein Hintergrund aus den Bereichen Content und Publishing hat es ihm ermöglicht, für die Lego-Gruppe weltweit eine neue Ebene des Marketings mithilfe digitaler Inhalte zu entwickeln. So startet er 2014 Lego TV in 24 Ländern, die Lego Facebook-Seite hat innerhalb kürzester Zeit mehr als 12 Millionen Fans und den YouTube-Kanal besuchen jährlich mehr als eine Milliarde Nutzer. Seit 2018 ist Silberbauer Senior Vice President bei Viacom's MTV Digital Studios, betreut die sozialen Kanäle der digitalen Marken wie "Cribs" und "TRL" und ist für das plattformübergreifende Wachstum zuständig.

Lars Silberbauer ist ein international bekannter und gefragter Redner auf namhaften Konferenzen. In seinen Vorträgen zeigt er unter anderem, wie er der Marke Lego zu neuem Glanz verholfen hat und wie wichtig das richtige Zielgruppenverständnis ist.