



PRESSEINFORMATION

Bad Wimpfen, 25. März 2026

Leistungsstarke Technik für Küche und Haushalt: SILVERCREST und Andre Agassi setzen auf Hightech und Human Touch

Lidls Küchen- und Haushaltsmarke SILVERCREST startet international mit einem neuen, eigenständigen Markenauftritt. Im Rahmen der Neuausrichtung gibt SILVERCREST eine Partnerschaft mit dem ehemaligen Tennis-Weltranglistenersten, achtmaligen Grand-Slam-Sieger und passionierten Hobbykoch Andre Agassi bekannt, der gleichzeitig auch Gesicht der ersten Markenkampagne wird. Unter dem Motto „Macht dein Leben einfach“ wird SILVERCREST durch ein vielfältiges Produktsortiment erlebbar.

SILVERCREST repräsentiert dabei als Marke die Themenwelt Küche & Haushalt, eine von insgesamt sechs neu definierten Themenwelten - jeweils angeführt von einer starken Ankermarke. Damit schafft Lidl in seinem Non-Food Angebot eine klare Struktur, um Kunden mehr Orientierung und Inspiration beim Einkauf zu bieten.

SILVERCREST steht für einen unkomplizierten, menschlichen Zugang zu leistungsstarker und intuitiver Technologie, die Menschen bei ihren alltäglichen Aufgaben in der Küche und im Haushalt unterstützt. Mit einem umfangreichen Sortiment ist SILVERCREST bereits heute die Nummer 1 unter den Marken für Küchen- und Haushaltsgeräte in Europa*. Insbesondere der SILVERCREST Monsieur Cuisine hat sich in den letzten Jahren als stilvolle und smarte Küchenmaschine zum absoluten Bestseller im Sortiment entwickelt. Dabei setzt die Marke auf intuitive Bedienbarkeit sowie verlässliche Qualität zum besten Preis.

Als SILVERCREST-Markenpartner weiß Andre Agassi, dass sowohl auf dem Tenniscourt als auch in den eigenen vier Wänden präzise Technik und menschliche Intuition den entscheidenden Unterschied machen. Darüber hinaus ist für den ehemaligen Profi-Athleten und leidenschaftlichen Hobbykoch eine ausgewogene Ernährung ein wichtiger Bestandteil seines Lebens. In seiner Rolle als Familienvater setzt er auf leistungsstarke und einfach bedienbare Küchengeräte, um gemeinsam mit seinen Kindern und Freunden neue Rezepte auszuprobieren, um gesunde Routinen in den eigenen Alltag zu integrieren. Seine Leidenschaft für bewussten Genuss sowie clevere Technik machen ihn zu einem perfekten Botschafter für SILVERCREST.



PRESSEINFORMATION

Bad Wimpfen, 25. März 2026

Die Kampagne gibt einen humorvollen Einblick in das tägliche Geschehen im Haushalt. Dabei werden die SILVERCREST-Produkte aus der Perspektive von Doubles der beiden Haustiere von Andre Agassi und Stefanie Graf betrachtet. Durch die „inneren Stimmen“ der Tiere entsteht ein unterhaltsamer Dialog zwischen Hund und Katze, der Agassis tägliche Routinen beim Kochen, Bügeln und Reinigen begleitet. Während der Hund sein treuer Fan und größter Bewunderer ist, kommentiert die launische Katze die Szenen mit ihrem trockenen Humor und einer Portion Überlegenheit. Hier geht es zum Kampagnen-Clip: <https://www.youtube.com/watch?v=ceJ3hvAJEB8>

„Im Laufe meines Lebens habe ich - sowohl auf dem Tennis-Court als auch abseits davon - gelernt, wie sehr Erfolg darauf beruht, das bestmögliche Team hinter sich aufzubauen. Genau das tut SILVERCREST für meinen Alltag: Dank cleverer Technik und müheloser Handhabung kann ich meiner Familie ein gesundes Frühstück zubereiten und gleichzeitig bei der Hausarbeit helfen. Meine Partnerschaft mit SILVERCREST passt perfekt zu mir, weil die Marke dort ansetzt, wo moderne Technik einen echten Unterschied macht. Das Leben kann herausfordernd sein, aber SILVERCREST hilft dabei, es leichter zu machen. So bleibt mehr Zeit für das, was am wichtigsten ist: Zeit mit den Menschen zu verbringen, die mir wichtig sind“, sagt Andre Agassi.

Mit SILVERCREST verfolgt Lidl das Ziel, den Zugang zu Technik, die den Alltag erleichtert, zu demokratisieren. Die Produkte lassen sich dank intuitiver Bedienelemente unkompliziert einsetzen und zeichnen sich zudem durch ihre starke Performance aus. Im Rahmen der Kampagne liegt der Fokus auf Produkt-Highlights aus dem aktuellen Sortiment. Beispiele hierfür sind ein Toaster, der im Test der Stiftung Warentest als Gesamtsieger mit dem Qualitätsurteil „Gut“ ausgezeichnet und als Preistipp hervorgehoben wurde, sowie der Monsieur Cuisine Smart.

Jens Thiemer, Chief Customer Officer bei Lidl International, erklärt: „Wir entwickeln unsere Eigenmarken konsequent zu starken Ankermarken weiter, die in ihren jeweiligen Themenwelten als erste Anlaufstelle für Qualität und Vertrauen stehen. Nach PARKSIDE und CRIVIT gehen wir mit SILVERCREST nun den nächsten Schritt: Wir vereinfachen den Zugang zu hochwertiger und intuitiver Technik für Küche und Haushalt und bringen technologischen Fortschritt in die Mitte der Gesellschaft. Egal ob die gemeinsam ausgestattete WG-Küche oder der erste eigene Haushalt - mit unseren Produkten von SILVERCREST sind wir da, wo die Menschen uns brauchen. Damit jeder die Chance auf einen unkomplizierten Alltag und eine bewusste Lebensweise hat. Dass sich mit Andre Agassi ein technisch versierter Spitzensportler und gleichzeitig passionierter Hobby-Koch und Food-Liebhaber für eine Partnerschaft mit SILVERCREST entschieden hat, ist für uns Ausdruck der Wertschätzung unseres hohen Anspruchs an beste Qualität und clevere, menschlich zentrierte Technik.“

Corporate Media Relations Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG

07063/931 60 90 · presse@lidl.de



PRESSEINFORMATION

Bad Wimpfen, 25. März 2026

Arnd Pickhardt, Chief Customer Officer der Lidl Dienstleistung GmbH und Co. KG ergänzt: „SILVERCREST entwickelt sich in Deutschland zur eigenständigen Marke, die leistungsstarke und intuitive Technik für Küche und Haushalt bezahlbar macht. Für uns ist das mehr als nur ein strategischer Schritt, sondern ein klares Versprechen: Bei Lidl bekommst du alles, was du für mehr Leichtigkeit im Alltag brauchst – von der Vielfalt auf dem Teller bis zur passenden Technik in der Küche. Durch unseren konsequenten Omnichannel-Ansatz begleiten wir unsere Kunden da, wo sie sind. Sei es direkt vor Ort in der Filiale, jederzeit flexibel in unserem Online-Shop oder als digitale Inspirationsquelle auf den SILVERCREST-Marken-Kanälen.“

Die Omnichannel-Kampagne von SILVERCREST startet am 28. März mit einer breit angelegten Medienoffensive. Die Marke wird darüber hinaus durch einen eigenständigen Markenauftritt auf diversen Kanälen, wie der SILVERCREST-Website sowie Social-Media-Kanälen, international sichtbar.

Mehr Informationen und Inhalte zu SILVERCREST

- Website: <http://www.my-silvercrest.com/de/kampagne>
- YouTube: @Silvercrest_DE
- Instagram: @silvercrest_de
- Facebook: @silvercrestDE

Lidl verzahnt Markenstrategie und Kundenbedürfnisse: Mit sechs neu definierten Themenwelten entwickelt sich Lidl auch im Non Food zum verlässlichen Anbieter für die Bedürfnisse seiner Kunden in den Bereichen Küche & Haushalt (SILVERCREST), Baumarkt & Garten (PARKSIDE), Sport & Freizeit (CRIVIT), Wohnen & Einrichtung (LIVARNO), Mode & Accessoires (esmara) und Baby & Kind (Lupilu). Das Ergebnis für den Kunden ist ein einfaches, intuitives Einkaufserlebnis durch eine klare, bedürfnisorientierte Sortimentsführung - ob in der Filiale oder im Onlineshop.

*Quelle: Euromonitor International Limited; basierend auf dem Einzelhandelsabsatzvolumen in Einheiten im Jahr 2024, basierend auf einer im März 2025 durchgeführten Auftragsstudie. Kleine Küchengeräte umfassen Geräte zur Zubereitung von Speisen und kleine Kochgeräte; kleine Haushaltsgeräte umfassen Luftbehandlungsgeräte, kleine Heizgeräte, Bügeleisen, Körperpflegegeräte und Staubsauger. Europa umfasst West- und Osteuropa ohne Russland, die Ukraine und die Türkei.

Über SILVERCREST:

Die Marke SILVERCREST – erhältlich bei Lidl und Kaufland – überzeugt mit cleveren Technologien für mehr Leichtigkeit im Alltag, zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis. Die Marke bietet ein vielseitiges Sortiment an elektrischen Küchen- und Haushaltsgeräten, Küchenhelfern sowie Produkten zur

Corporate Media Relations Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG

07063/931 60 90 · presse@lidl.de



PRESSEINFORMATION

Bad Wimpfen, 25. März 2026

Aufbewahrung und für den gedeckten Tisch. Als Partner, der durch funktionale Produkte entlastet, schafft SILVERCREST mehr Zeit für die wichtigen Dinge und stellt die Bedürfnisse der Menschen konsequent in den Mittelpunkt. Mehr Informationen unter www.my-silvercrest.com

Weitere Informationen zu Lidl in Deutschland finden Sie [hier](#).