



Bad Wimpfen, 26. März 2026

Gesund und clever kochen: Lidl und SILVERCREST zeigen leistungsstarke Technik für eine bewusste Ernährung

Im Rahmen eines exklusiven Events in Hamburg macht der Lebensmitteleinzelhändler erschwingliche Küchen- und Haushaltsgeräte erlebbar

Geladene Gäste aus Medien und Influencer-Szene haben die Marke SILVERCREST am gestrigen Abend im Studio Gleis 7 in Hamburg-Bahrenfeld in einem authentischen Wohnumfeld live erleben können. Unter den Anwesenden waren namhafte Schauspieler wie Tim Oliver Schultz und Timur Bartels, der reichweitenstarke Lifestyle-Creator Chris Curtis mit seiner Partnerin Nele Wüstenberg und Kochbuchautorin Gina Sandrin. Die Veranstaltung war der Auftakt einer Kampagne, mit der sich SILVERCREST als moderne, führende und eigenständige Marke für erschwingliche Küchen- und Haushaltsgeräte positioniert. 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.

Tennislegende Andre Agassi wird Markenpartner und Gesicht der ersten Markenkampagne von SILVERCREST. Als Sportikone weiß er, wie wichtig eine ausgewogene Ernährung für Wohlbefinden und Leistung ist. Seine Erfahrung zeigt, dass eine präzise, clevere Technik der Schlüssel zum Erfolg ist: auf dem Tenniscourt ebenso wie im Alltag. Als passionierter Hobbykoch und Familienvater schätzt Andre Agassi leistungsstarke und einfach bedienbare Küchengeräte, um mit seiner Familie und Freunden neue Rezepte auszuprobieren und gesunde Routinen in den Alltag zu integrieren. Seine Leidenschaft für bewussten Genuss und clevere Technik machen ihn zum idealen Botschafter für SILVERCREST.

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.

Für den Abend hat sich die rund 750 Quadratmeter große Eventlocation Studio Gleis 7 in ein modernes SILVERCREST-Zuhause verwandelt. Verschiedene Bereiche mit Küchen- und Haushaltsgeräten haben zu interaktiven Breakout-Sessions eingeladen. In kleinen Gruppen konnten die Gäste ausgewählte SILVERCREST-Produkte testen und deren Funktionen praxisnah kennenlernen.

Corporate Media Relations Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG

07063/931 60 90 · presse@lidl.de



PRESSEINFORMATION

Im Mittelpunkt standen unter anderem der Monsieur Cuisine Smart und ein Slushmaker, die bereits heute online erhältlich sind. Auch Produktneuheiten, wie ein Pizzaofen, eine Eismaschine, eine vertikale Heißluftfritteuse und ein Akku-Staubsauger, waren Bestandteil der Veranstaltung. Schon bald sind auch diese Artikel in den über 3.250 Lidl-Filialen und im Onlineshop verfügbar.

Ein weiterer Schwerpunkt des Events lag auf den Themen Kochen und bewusster Ernährung. In interaktiven Workshops bereiteten die Gäste gemeinsam mit Spitzenköchen verschiedene gesunde Gerichte mithilfe von SILVERCREST-Küchengeräten zu. Begleitet wurden die Sessions unter anderem von TV-Köchin und Food-Expertin Felicitas Then, Koch und Content Creator Manuel Struck sowie TV-Host und Food-Influencer Stefano Zarrella. „Eine bewusste Ernährung muss nicht kompliziert sein und genau das zeigt der Monsieur Cuisine von SILVERCREST. Er unterstützt genau da, wo er gebraucht wird und lässt gleichzeitig genug Freiheit für den eigenen Geschmack“, lobte Manuel Struck den Küchenhelfer von SILVERCREST.

Ergänzt wurde das Programm durch Impulse von Gesundheits- und Ernährungscoachin und Autorin Carolin Kotke, die Einblicke in aktuelle Ernährungstrends lieferte. „Eine bewusste Ernährung ist für mich so viel mehr als nur Essen – sie ist eine tägliche Entscheidung für mein Wohlbefinden, meine Gesundheit und den Umgang mit unserer Umwelt. Mir ist wichtig zu zeigen, dass gesunde Ernährung nichts Kompliziertes sein muss, sondern richtig Spaß machen kann. Mit den intuitiven Küchengeräten von SILVERCREST wird genau das im Alltag ganz einfach umsetzbar“, sagte Carolin Kotke beim Event.

Insgesamt kombinierte die Veranstaltung Produkterlebnis, Expertenwissen und kulinarische Inspiration und schuf dadurch einen passenden Rahmen, um die Marke SILVERCREST näher kennenzulernen.

*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.

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