

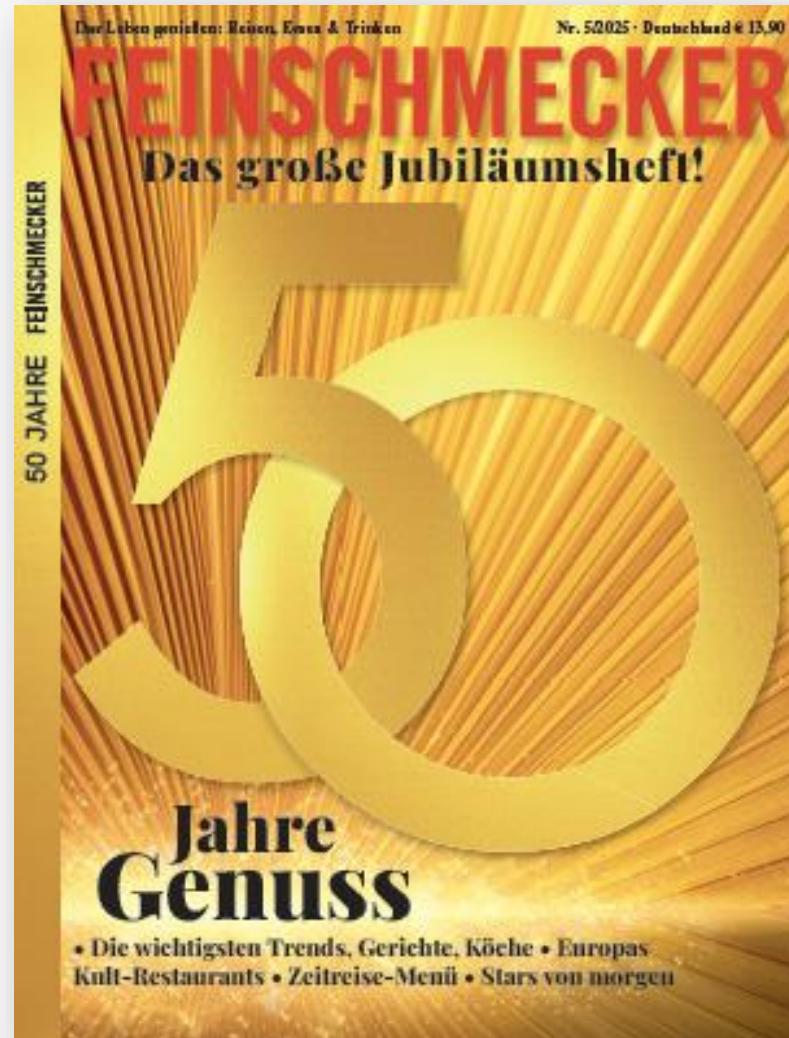
DER FEINSCHMECKER Magazine Profile

Hamburg, December 2025

Enjoying life: Travel,
food & drink



NEWS



Success. Continuity. Further development.

- **DER FEINSCHMECKER continuously invests in quality & trend topics:** Jahreszeiten Verlag invests in the size, layout and circulation of every single issue of DER FEINSCHMECKER, and each issue has a high-reach focus topic as a value-added service! This enables the editorial team to offer even deeper insights into culinary trends, destinations and specialities and exclusive interviews with people from the culinary world.
- **The AWA 2025 once again confirms the success of DER FEINSCHMECKER:** with 670,000 readers, the magazine continues to expand its reach. The premium medium has grown steadily in previous years, once again establishing itself as the leading source of culinary travel inspiration in German-speaking countries.
- **Sales offensive -** DER FEINSCHMECKER specifically addresses decision-makers, innovators and opinion leaders and is now equipping German First Class Lounges and Senator Lounges.

Gabriele Heins – DER FEINSCHMECKER editor-in-chief

Pleasure for every situation



As editor-in-chief, I consider it a great privilege to think about enjoyment on a daily basis: Who bakes excellent bread? Who roasts the best espresso? Which restaurant concepts are inspiring and which winemaker has just bottled an exciting wine? I research all of this with my dedicated team and an international network of authors in order to share these findings with our readers.

Whether fine dining or local producers, DER FEINSCHMECKER reflects the culture of enjoyment in all its facets and is a reliable compass through the German and international world of cuisine, wine and spirits, as well as hospitality and dining culture.

We present all the relevant trends, categorize them and have tips for every occasion: from recipes for after work and good everyday wines to rare champagnes and restaurants for special occasions. We want to be the indispensable companion for all people who love pleasure.



DER FEINSCHMECKER brand cosmos





The editorial concept

DER FEINSCHMECKER

The benchmark for culinary culture for over 50 years

For more than five decades, DER FEINSCHMECKER has been regarded as the leading authority on enjoyment, cuisine and stylish living in German-speaking countries. Discerning readers appreciate the unique combination of sound guidance, inspiring recommendations and journalistic passion – for small moments of pleasure as well as for great culinary experiences.

Whether at home or on the go, in a Michelin-starred restaurant or an authentic country kitchen, DER FEINSCHMECKER knows the best addresses and most exciting trends – and brings them to life. **Each issue is a commitment to the art of enjoyment, combining food, drink and travel at the highest level.**

Rooted in international haute cuisine, with excellent connections to the avant-garde of the hotel industry and a keen sense for outstanding wines, the magazine combines tradition and innovation. DER FEINSCHMECKER remains true to its journalistic standards: **independent, credible, visionary**.

With a clear stance, powerful imagery and genuine insider knowledge, DER FEINSCHMECKER is a valued partner of the culinary elite – and an inspiring companion **for all those who consciously enjoy life.**



Travel - discover the soul of the culinary arts

Enjoyment worldwide and on site

If you look at the picture series in DER FEINSCHMECKER, you can almost taste the destination.

Enjoyment and culinary delights are the driving force behind DER FEINSCHMECKER. Insider tips to be discovered, beyond the hype, but with a lot of finesse. Trend restaurants and hotels, newcomers and cosy pubs.

Always with you: the featherweight info guide with all the addresses from the respective issue to take out. Always eagerly expected: The annual pocket guides from DER FEINSCHMECKER with the test results of the jury for the best restaurants in Germany.



Eating - tasting the essence of the culinary

Pleasure of the top class and fine recipes

DER FEINSCHMECKER turns them into heroes! Top chefs and young talents, hosts and temples of pleasure, high-quality products and passionate producers.

They tinker, create and act out of conviction. They discover, smell, taste. They bring top enjoyment to the plate, make excellent bread or stand for meat from species-appropriate animal husbandry. In the restaurant and in their own kitchen, renowned recommendations and exclusive recipes.

DER FEINSCHMECKER is the first address for taste enthusiasts and ambitious hobby cooks. For the scene and its fans.



Drinking - more than just a culinary companion

Pleasure in a glass and in the cup

Whiskey, gin or liqueurs. Wine, Seccos or champagne.

Tea or coffee. Regions, producers and best buys. One can argue excellently about taste, but not about pleasure.

DER FEINSCHMECKER tests, advises and recommends the special. And: chooses the best of the best. For example at the **Riesling Cup** or the annual **Wine Awards**, the Oscar among wine events.

Cheers!



Lifestyle – the feeling for trends

Pleasure Equipment and developments

DER FEINSCHMECKER shows beautiful things, with which demanding connoisseurs like to surround themselves.

Fantastic technology, fastidious Design, culinary purchase places and seductive novelties – **DER FEINSCHMECKER curates trends and products for the elevated benefit life-style.**

Unusual people who make life even tastier? DER FEINSCHMECKER discovers them and tells their stories.

Lifestyle

Luxusmesser made in England
Die Schmiede Blenheim in London setzt auf eigene Stahllegierung und japanische Schmiedetechnik – mit ihren wunderschönen, extravaganten Küchenmessern begeistern sie die britischen Starköche
Seite 156

Küchenkraft – KI?
ChatGPT kann noch nicht Säuren abschmecken oder Weine komponieren – aber in verschiedenen Bereichen lässt sich künstliche Intelligenz sinnvoll in der Gastronomie einsetzen. Wir fassen die ersten Schritte der Branche zusammen
Seite 160

Gesund gekocht
Passt zu unserem Schwerpunkt-Thema: Eintaucher, Dampfgarer und Airfryer machen in der Küche gute Laune und helfen, fit zu bleiben
Seite 172

AN EINER KÄSSE erkauft der Käsehändler seine Karaffe „Athen“ von der Firma Karaffe. Der schlanke Hals liegt tief im Körper und kann gut in der Hand. 11,47 €, www.geschenkbox.com

TEXT GABRIELE THAL

Im Karaffenland
Der Sommer kommt, und unser Erfrischungsbedürfnis steigt. Dafür füllen wir stilvolle Gefäße mit kalten Getränken. Auch den einen oder anderen Drink mit und ohne Alkohol spendieren sie mal elegant, mal mit Humor – und immer großzügig

AN EINER KÄSSE erkauft der Käsehändler seine Karaffe „Athen“ von der Firma Karaffe. Der schlanke Hals liegt tief im Körper und kann gut in der Hand. 11,47 €, www.geschenkbox.com

TEXT GABRIELE THAL

Mit & Mit nicht nur die Kaffeekanne, sondern auch die Wasserkaraffe „Blue Sky“, In zwei Größen (700 und 1000 ml) für 11,47 € und 9,11 €, www.zuludeggs.com

Mit Lücke kommt der Kunststoffgriff des Flaschen „Tut“ Der Edelstahl glänzt nicht, sondern verschmilzt sich mit dem Boden der Serie „Jule“ und das Volumen ist ebenfalls unverändert. 150 ml Trinkglas, 150 ml Wasserglas, 100 ml Becher für 11,47 €, www.brokecopenhagen.com

Mit Lücke kommt der Kunststoffgriff des Flaschen „Tut“ Der Edelstahl glänzt nicht, sondern verschmilzt sich mit dem Boden der Serie „Jule“ und das Volumen ist ebenfalls unverändert. 150 ml Trinkglas, 150 ml Wasserglas, 100 ml Becher für 11,47 €, www.brokecopenhagen.com

Wasser in schönsten Formen Karaffen, Kanister, Krüge, Vorratsdosen und vieles mehr sind in den Durslösungen ein Designkriterium

TEXT GABRIELE THAL

Schöne neue Küchenwelt
Kochen bedeutet Lebensqualität, davon zeugen die aktuellen Modelle, die ins Zentrum des Wohnens rücken
Seite 166

KÜCHEN SPECIAL

AKTUELLE KÜCHEN

Aber zwei Jahre findet im Rahmen der Mailänder Möbelmesse eine erstaunliche Wiederbelebung statt. In den Hallen der Messe sind die Alpen als ferne Kulte, finden sich alles, was Rang und Namen in der Küchenwelt hat. Ein neuer Trend ist der „Küchenpark“: In den letzten zwei Jahren sind die Küchenhäuser in den Städten verschwunden, denn dank offener Grundrisse freien sie kein Schrankraum mehr. Kochen und Arbeiten kann überall. Und das ist schön – wir schenken uns am liebsten wieder am Herdfeuer. Paradoxerweise führt die verschwundene Küchenküche zu einer neuen: griffige Schubladen verbergen Geschirr und den Getreipark, hinter den Küchentüren sind neue Arbeitsplatten und Spülbecken integriert. Gestaltung und Materialien sind ebenso modern wie die Geste zu Objekten, die in den Kochfeld und Spülbecken integriert sind. Materialien wie Holz und Glas sind warme, matte Töne lassen Küchenschranktüren elegant aussiehen, das man glatt das Wohntun mit ihnen spüren könnte.

7/24 Feinschmecker 147

Scene - new culinary discoveries

Pleasure compass and signpost

DER FEINSCHMECKER regularly provides information on the best addresses for sophisticated enjoyment - from stylish hotels and trendy bars to exceptional restaurants.

With a trained eye for quality and innovation, **the editorial team continuously monitors developments in the international culinary scene and presents promising trends and personalities.**

In addition, DER FEINSCHMECKER offers valuable tips for a 'stopover' - be it in German cities or for a short stay abroad. This makes every trip, whether for business or pleasure, an enjoyable experience.



Szene

Neueröffnung des Monats
Das Luxusresort Omnia Viceroy im Hinterland der Algarve verwöhnt seine Gäste kulinarisch – zugleich können sie aktiv in die Kultur Portugals eintauchen
Seite 178

Entdeckungen
Im Berliner Adlon steht ein neuer Mann am Herd, weitere Empfehlungen von Bonn bis Ravensburg – dazu Abstecher nach Prag und Südtirol
Seite 180

Stopover Danzig
Immer noch ein Geheimtipp: Die historische Hansestadt hat sich zum attraktiven Ziel entwickelt – spannende Kulinarik von zengi bis Fine Dining mit viel Fisch und regionaler Küche. Von der Haustür: das moderne Seebad Sopot
Seite 188

STOPOVER
Hongkong

Hotels

1 **Mandarin Oriental**
1980 eröffnet und damit ein „alte Haar“, verfügt es mit seinem unverwechselbaren Art Deco-Design über einen der besten Schießschanks in Hongkong. Ein Hotel mit dem ausprägungsvollen Charakter eines Palastes aus Gold und Schwarz, was feindl. aber wichtig ist. „Man Wah“ steht exzellent, mit einem Michelin-Stern ausgeschmückt, kastenweise mit dem besten 50 Bar in ganz Asien zählt.

2 **Odeon Central**
Ein Hotel mit Mosaike und geometrische Prints sind echte Hingucker in Hongkong. Das „Odeon“ ist ein weiterer Höhepunkt. Die Zimmer werden in reduziertem Stil gestaltet und funktional eingerichtet. Das Badezimmer ist großzügig und modern, mit einer Dusche, die auf indisch geprägte, rein vegetarische Küche, und einen hervorheblichen Bereich für die Speisen des Wohlwollenden verziert.

3 **Monarca**
Das im vergangenen Jahr eröffnete Hotel liegt zwischen Shopping und Ausgeviert Tom Shu Tsoi. Mit seinem minimalistischen Design und modernes Konservieren spielen es auch jünger

STOPOVER
Hochglanz am Hyde Park

Hotels

1 **The Emory**
Ein architektonisch Gehobene schenkt in schicke, massive Stühle und das vollen Blick auf den Hyde Park Corridor. Das Luxusresort The Emory ist ein wahres Juwel und ist seit 2012 ein letztes der 2021 verfehlten Sie für Edward Rogers – mit Highlights wie einer 1000 Quadratmeter großen Spa-Suite und der Gastronomie von Jean Georges Vongerichten. Ein weiterer Höhepunkt ist das „Signature“-Restaurant.

2 **Monarca**
Die Kulinarik aus Asien prallt Londoner „no“-Signature-Restaurants. Worauf kann man sich freuen? Ein weiterer Höhepunkt ist das „Signature“-Restaurant.

3 **Monarca**
Die Kulinarik aus Asien prallt Londoner „no“-Signature-Restaurants. Worauf kann man sich freuen? Ein weiterer Höhepunkt ist das „Signature“-Restaurant.

STOPOVER
Hochglanz am Hyde Park

Hotels

1 **The Emory**
Ein architektonisch Gehobene schenkt in schicke, massive Stühle und das vollen Blick auf den Hyde Park Corridor. Das Luxusresort The Emory ist ein wahres Juwel und ist seit 2012 ein letztes der 2021 verfehlten Sie für Edward Rogers – mit Highlights wie einer 1000 Quadratmeter großen Spa-Suite und der Gastronomie von Jean Georges Vongerichten. Ein weiterer Höhepunkt ist das „Signature“-Restaurant.

2 **Monarca**
Die Kulinarik aus Asien prallt Londoner „no“-Signature-Restaurants. Worauf kann man sich freuen? Ein weiterer Höhepunkt ist das „Signature“-Restaurant.

3 **Monarca**
Die Kulinarik aus Asien prallt Londoner „no“-Signature-Restaurants. Worauf kann man sich freuen? Ein weiterer Höhepunkt ist das „Signature“-Restaurant.

A vibrant, outdoor garden party scene. A man in a light blue and white checkered shirt is the focal point, spraying a large, glistening stream of champagne over a group of about ten people. The group includes adults of various ages and a young child, all smiling and looking towards the camera. The setting is a sunny garden with a wooden fence, a brick wall, and lush green foliage in the foreground. The overall atmosphere is festive and joyful.

The readership

AWA 2025

Wide reach. Premium. Growth brand.

AWA 2025 confirms: DER FEINSCHMECKER continues to grow – and once again attracts qualified readers.

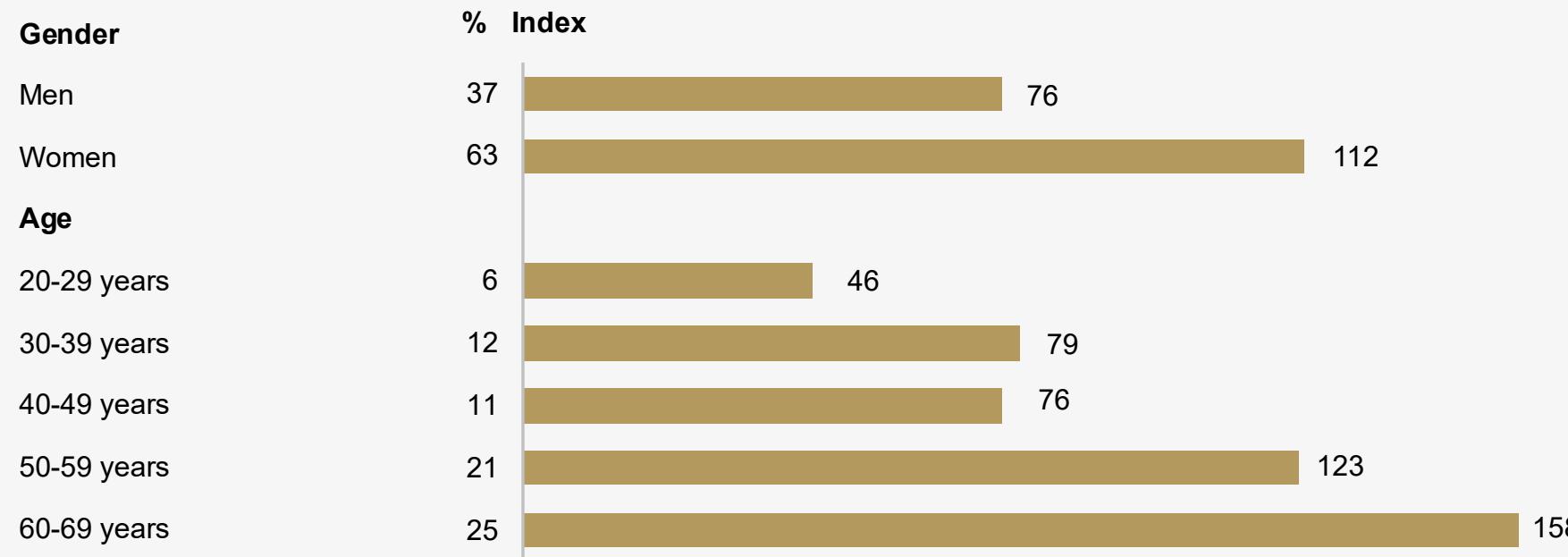
After a 10% increase in reach in 2023 (640,000 readers) and a rise to 650,000 in 2024, the premium magazine continues its successful course: **In 2025, DER FEINSCHMECKER will reach 670,000 readers – thereby consolidating**

The continuous expansion of content and the consistent development of the brand universe – geared towards the needs of the readership – strengthen the relevance of DER FEINSCHMECKER as a reliable leading medium for enjoyment, travel and culinary lifestyle.



The readers - advertising-relevant and print-oriented

With a placement in DER FEINSCHMECKER, you can reach a high-quality target group of 670,000 readers with a taste for fine dining. 69% of them belong to the advertising-relevant age group of 30 to 69-year-olds – an attractive environment for effective brand communication.

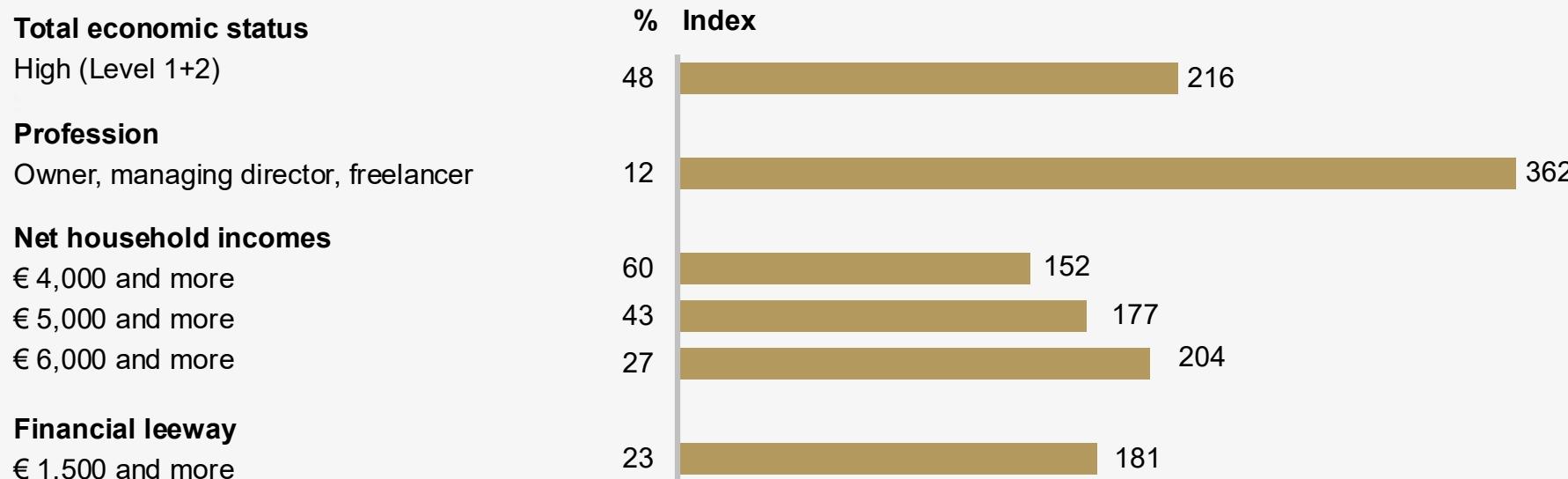


Source: AWA 2025, Index: Total population = 100

The readers - affluent and independent

DER FEINSCHMECKER reaches a core target group with high social status and significant decision-making authority. The readership is disproportionately represented in demanding professions, management positions or entrepreneurial activities.

With very high net household incomes and corresponding financial sovereignty, the majority of readers rate their economic situation as above average – an ideal environment for premium brands and high-quality offerings.



Source: AWA 2025, Index: Total population = 100

The readers - pleasure-oriented and quality-conscious

Being able to afford something is not enough. DER FEINSCHMECKER specifically targets readers with high purchasing power who are consumption- and **pleasure-oriented and have a strong awareness of quality**.

36% of readers belong to the special target group of predominantly quality-oriented consumers (index 330) – ideal conditions for successful brand advertising.

Personal setting applies to me:

Buy gladly products of exclusive companies 15 410

Enjoy staying in top hotels 40 286

Call me a gourmet 46 304

Buyer typology, consumption styles

Luxury oriented consumers 36 330

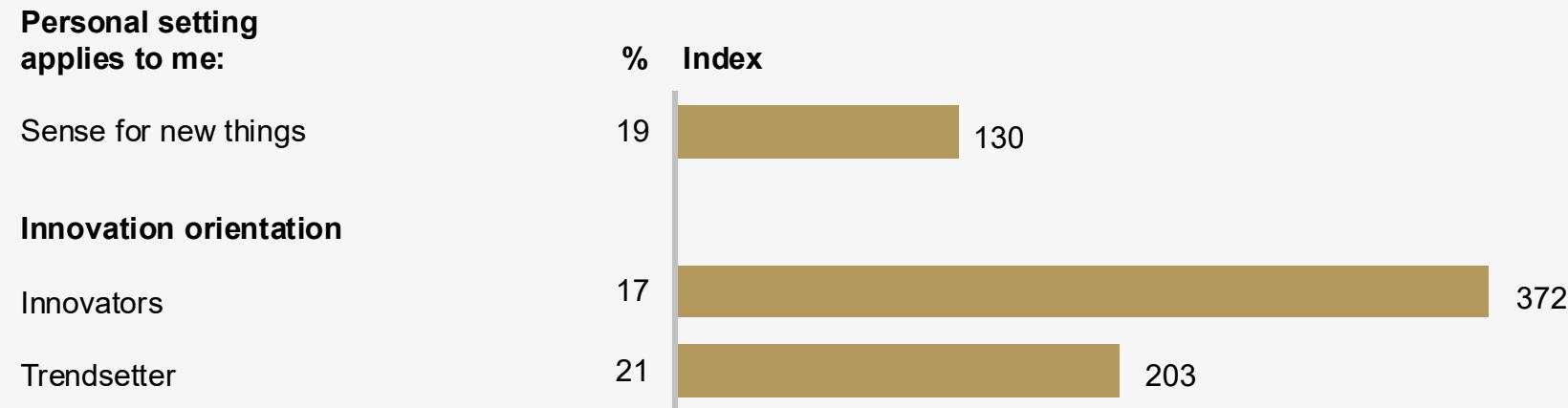
Mobile cosmopolitans 34 200

Strong personality multipliers 47 184

Source: AWA 2025, Index: Total population = 100

The readers - trend-oriented and innovative

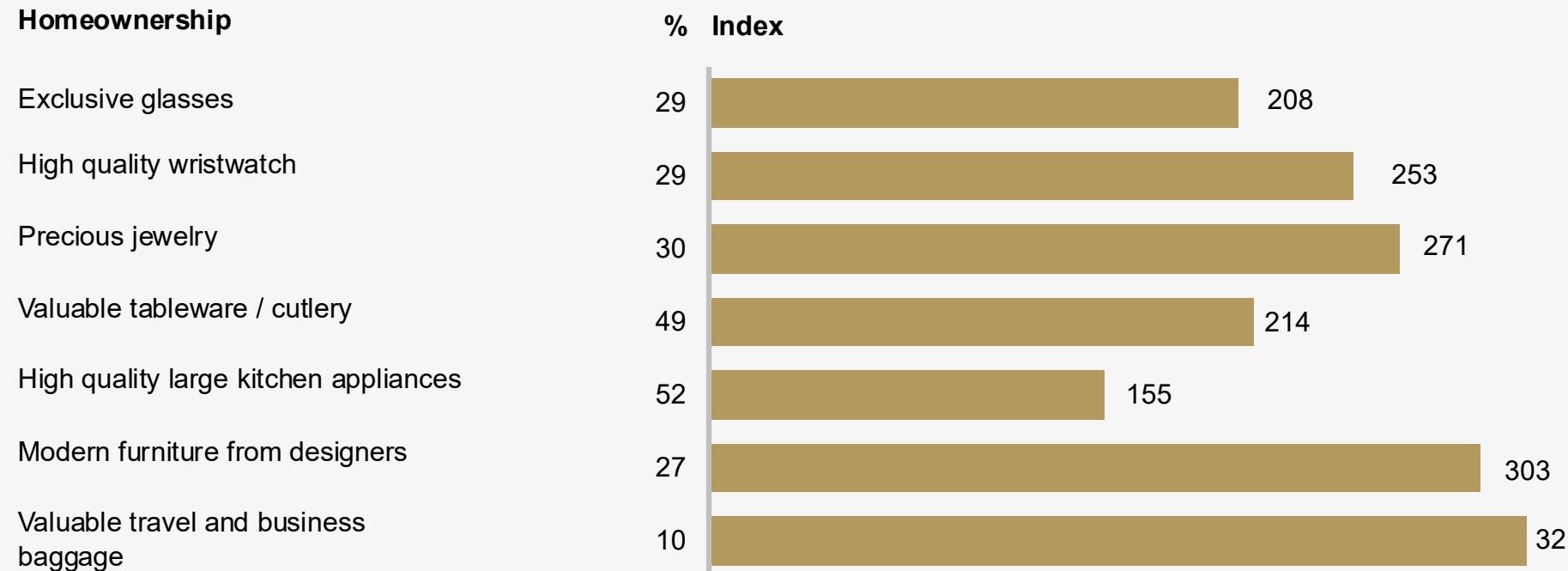
The readers of DER FEINSCHMECKER find themselves in the role of innovators and trendsetters. Their distinctive sense for new things, a wide range of interests, their openness as well as a strong ability to assert themselves make them role models for their environment.



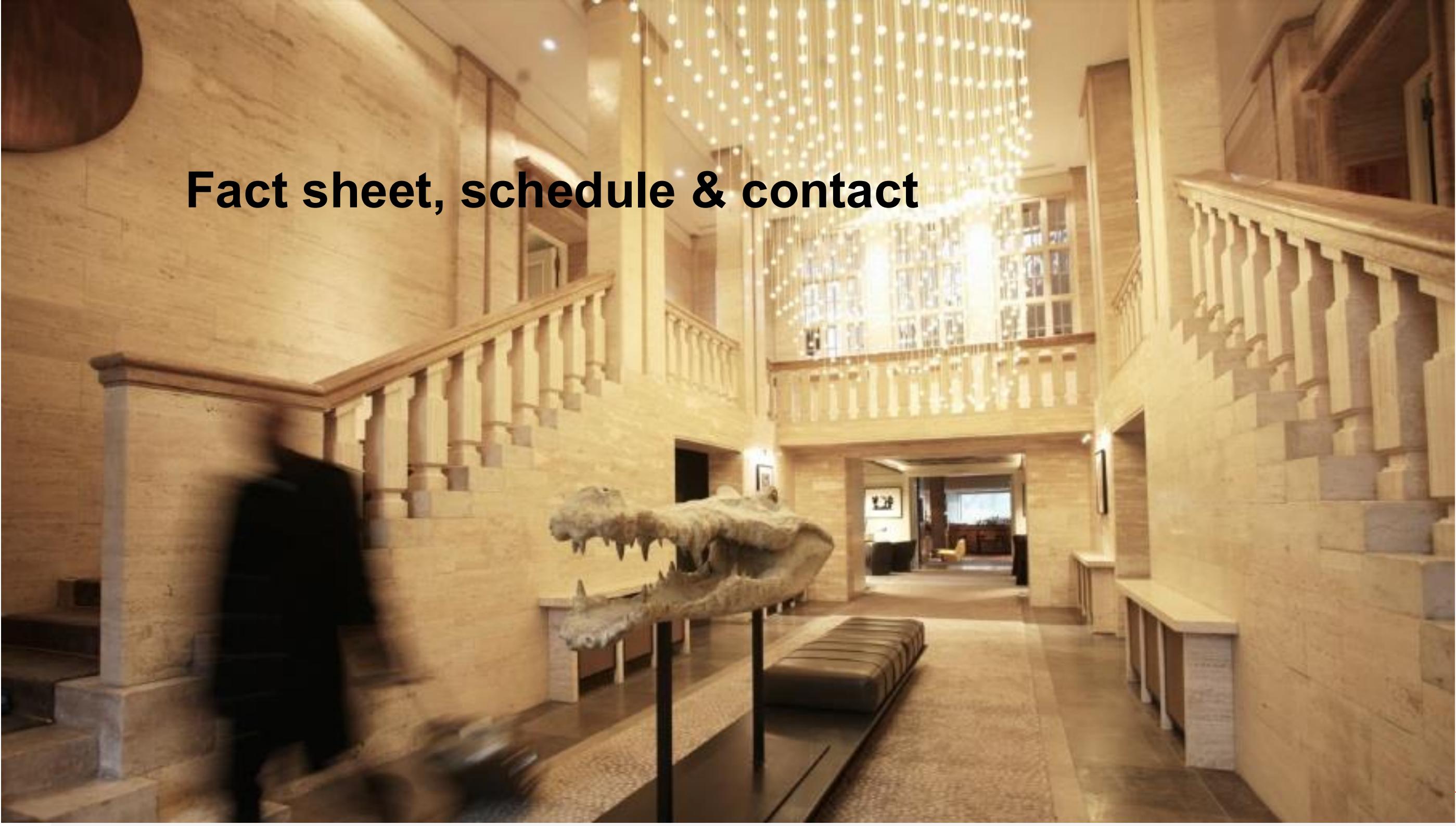
Source: AWA 2025, Index: Total population = 100

The readers - demanding and cosmopolitan

The readers of DER FEINSCHMECKER lead a very sophisticated and cosmopolitan lifestyle, they are **extremely quality oriented and cultivate an upscale** and exclusive consumer style. They attach great importance to the exclusivity of their possessions.



Source: AWA 2025, Index: Total population = 100

A wide-angle photograph of a modern interior space, likely a lobby or a large common area. The walls are made of light-colored wood paneling. A long, dark wooden bench is positioned in the foreground, facing a large, abstract sculpture of a head made of wood and bark. In the background, there are multiple levels of wooden stairs and railings. A large, vertical light fixture made of numerous small lights hangs from the ceiling. The overall atmosphere is warm and contemporary.

Fact sheet, schedule & contact

DER FEINSCHMECKER

Enjoying life: Travel, food & drink



[Click here for schedule and further details.](#)

Publication frequency
monthly

Copy price
€ 13,90

Ad rate 2026
full page 4c € 27,300.00

Formats
21,0 cm Width
28,0 cm Height

Paid circulation
60,789 copies

Coverage
670.000 Mio.

www.feinschmecker.de

Digital issues on

DER FEINSCHMECKER is the leading compass for indulgence and lifestyle in the German-speaking world and offers discerning consumers the best orientation, decision-making aid and inspiration for unique moments of indulgence, both large and small, at home and on the road, from top cuisine to country inns, more reliably and comprehensively than any other medium.

DER FEINSCHMECKER is the definitive beacon in the premium segment of culinary media and remains the most renowned and sought-after brand in the world of indulgence, even in the face of growing competition and for future generations as a lead brand for B2C and B2B alike.

In the wide world of culinary enjoyment, DER FEINSCHMECKER is the infallible nose and the definitive source of inspiration for all those who love the good life.

[Click here to see a complete issue](#)

Schedule 2026

Issue	Publication date	Week	Advertisement		Ad Special Booking Cancellation date	Ad Special Material deadline
			Booking and Cancellation date	Advertisements Copy deadline		
02/2026	09.01.2026	2	10.11.2025	20.11.2025	27.10.25	05.12.25
03/2026	13.02.2026	7	17.12.2025	30.12.2025	03.12.25	19.01.26
04/2026	13.03.2026	11	22.01.2026	30.01.2026	08.01.26	16.02.26
05/2026	10.04.2026	15	18.02.2026	26.02.2026	04.02.26	13.03.26
06/2026	08.05.2026	19	17.03.2026	25.03.2026	03.03.26	10.04.26
07/2026	12.06.2026	24	17.04.2026	27.04.2026	03.04.26	14.05.26
08/2026	10.07.2026	28	19.05.2026	28.05.2026	05.05.26	15.06.26
09/2026	07.08.2026	32	18.06.2026	26.06.2026	04.06.26	13.07.26
10/2026	11.09.2026	37	23.07.2026	31.07.2026	09.07.26	17.08.26
11/2026	09.10.2026	41	20.08.2026	28.08.2026	06.08.26	14.09.26
12/2026	13.11.2026	46	23.09.2026	01.10.2026	09.09.26	16.10.26
01/2027	11.12.2026	50	20.10.2026	28.10.2026	06.10.26	16.11.26
<hr/>						
DER FEINSCHMECKER Special Edition "Johann Lafer"	22.05.26	21	30.03.26	08.04.26	16.03.26	23.04.26
DER FEINSCHMECKER Special Edition "Cornelia Poletto"	27.11.26	48	06.10.26	14.10.26	22.09.26	29.10.26

Sample delivery for AdSpecials: One week before booking deadline!

Contact

We look forward to talking to you!

Nadine Sturmat
Brand Manager

T +49 40 2717 23 38
E nadine.sturmat@jalag.de

Jörg Slama
Leitung Sales Region Nord

T +49 40 22 85 92 99-2
E joerg.slama@jalag.de

Marco Janssen
Leitung Sales Region Südwest

T +49 40 22 85 92 99-7
E marco.janssen@jalag.de

Christiane Sohr
Disposition

T +49 40 2717 24 36
E christiane.sohr@jalag.de

Michael Thiemann
Leitung Sales Region Mitte/West

T +49 40 22 85 92 99-6
E michael.thiemann@jalag.de

Jonas Binder
Leitung Sales Region Süd

T +49 40 22 85 92 99-8
E jonas.binder@jalag.de

[Click here for all international contacts and contact details.](#)

Das Leben genießen: Reisen, Essen & Trinken

Nr. 9/2025 · Deutschland € 13,90

FEINSCHMECKER

**LUST AUF
LYON**
Top-Restaurants
und Bistros
für Schlemmtouren

SAARLAND
Junge Talente
köchen groß auf!



**Best of
Bayern!**
Alle kulinarischen
Schätze im
großen Special

**Madrid &
Monaco**
Insidertipps für
Ihre Genussreisen

Alles über Käse!

Tolle Geschäfte · Produzenten · Rezepte · Wein-Pairings

Alle Empfehlungen getestet & bewertet:
anonym, unabhängig, kompetent

