vinetur

Follador startet einen Blog, der Prosecco als Wein für den Esstisch neu denkt

Der italienische Produzent sagt, die Seite werde lokale Rezepte mit Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG verbinden, um die Wahrnehmung als Aperitifwein zu hinterfragen.

Montag, 24. August 2026



Follador Prosecco dal 1769, ein Weingut in Col San Martino in Norditalien, hat einen auf Essen ausgerichteten Blog gestartet, der Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG als Wein für den Tisch und nicht nur für den Aperitif positionieren soll.

Das Unternehmen kündigte das Projekt am 24. Aug. an und erklärte, der neue Online-Bereich werde sich auf traditionelle Rezepte, Speisenempfehlungen und das, wie es sagte, mit der Gegend Conegliano Valdobbiadene verbundene Brauchtum gemeinsamer Mahlzeiten konzentrieren. Ziel der Initiative ist es, die Weine des Weinguts enger mit dem Alltag am Tisch und lokalen kulinarischen Traditionen zu verknüpfen.

Nach Angaben von Follador wird der Blog Rezepte aus der Esskultur des Heimatgebiets sowie Vorschläge zur Kombination dieser Gerichte mit verschiedenen Ausprägungen von Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG vorstellen. Ziel sei es, Prosecco in das zurückzubringen, was das Weingut als seinen ursprünglichen Kontext betrachtet: den Esstisch, Familienfeiern und jahreszeitenbezogene Mahlzeiten.

„Für uns war Prosecco nie nur ein Aperitifwein“, sagte Cristina Follador in einer vom Unternehmen veröffentlichten Erklärung. Sie sagte, dass Prosecco in Conegliano Valdobbiadene Teil des Alltags, des Kochens und gemeinsamer Momente sei und dass seine Geschichte über Rezepte zu einem Kontext zurückkehre, in dem er natürlicherweise auf Speisen, Jahreszeiten und Menschen treffe.

Das Projekt spiegelt eine breitere Anstrengung von Produzenten in Italiens Sektor der Schaumweine wider, die Wahrnehmung von Prosecco zu erweitern. In vielen Exportmärkten wird Prosecco eng mit Drinks vor dem Abendessen, Spritz und lockeren geselligen Anlässen verbunden. Follador versucht nun, eine andere Verwendung zu betonen: einen Wein, der ein ganzes Mahl begleiten und sich an verschiedene Gerichtarten anpassen kann.

Das Weingut erklärte, der Blog solle eher als redaktionelle Plattform denn als einfache Rezeptsammlung dienen. Vorgesehen sei, auf der Seite über lokale Zutaten, Mahlzeiten im Familienkreis und die Beziehung zwischen Wein und dem Gebiet, in dem er entsteht, zu sprechen. Nach Darstellung des Unternehmens soll jedes Rezept dazu dienen zu erklären, wie ein Schaumwein aus den Hügeln von Conegliano Valdobbiadene dank

seiner Frische, Ausgewogenheit und seines aromatischen Profils mit Speisen harmonieren kann.

Follador verknüpfte dieses Argument mit den Produktionsbedingungen in den Hügeln rund um Col San Martino, im Herzen der Denomination Conegliano Valdobbiadene in der Region Venetien. Das Unternehmen sagte, die Gegend sei geprägt von steilen Hängen, kleinen und zersplitterten Weinbergsparzellen und einem hohen Maß an Handarbeit im Weinberg. Diese Bedingungen, so hieß es, prägten den Charakter der Weine und unterstützten ihren Einsatz am Tisch.

„Teilen gehört zu unserer Familienkultur“, sagte Cristina Follador. „Wein ist nie getrennt von dem Moment, in dem er geteilt wird. Am Tisch entfaltet er eine umfassendere Dimension, weil er auf die Aromen, Geschichten und Wurzeln des Ortes trifft, aus dem er stammt.“

Zu finanziellen Details im Zusammenhang mit dem Blog machte das Unternehmen keine Angaben und sagte auch nicht, ob das Projekt mit einer größeren Investition in digitales Marketing verbunden sei. Ebenfalls nannte es keine Traffic-Ziele, keine Veröffentlichungsfrequenz und keine Zahl der Mitwirkenden, die für die Plattform schreiben werden. Die Mitteilung konzentrierte sich stattdessen auf das redaktionelle Konzept und auf die Bemühung des Weinguts, Prosecco Superiore DOCG als Teil einer breiteren Food- und Lifestyle-Erzählung zu präsentieren.

Follador ist einer von mehreren traditionsreichen Produzenten in der Denomination Conegliano Valdobbiadene, dem hügeligen Gebiet, das für hochwertigen Prosecco unter der DOCG-Klassifizierung bekannt ist. Das Unternehmen führt seine Weingeschichte auf 1769 zurück, als nach Angaben der Familie ein Vorfahr namens Giovanni Follador vom Dogen von Venedig für die Qualität seiner Weine geehrt wurde. Seitdem, so das Weingut, seien neun Generationen der Familie mit der Region verbunden geblieben.

Heute wird das Unternehmen von den Geschwistern Michele, Cristina, Emanuela und Francesca Follador geführt. Das Unternehmen sagt, seine Identität basiere auf technischer Innovation, Nachhaltigkeit und Respekt vor der Tradition. Zudem verweist es auf die Gianfranco Follador Method®, ein hauseigenes önologisches Protokoll, als Teil seines Produktionsansatzes. In seiner Mitteilung beschrieb das Weingut diese

Methode als zentral, um Konsistenz und Stil über seine Weine hinweg zu bewahren.

Der Familienbetrieb hat seinen Sitz in einer Zone, die zu den UNESCO-geschützten Hügeln von Conegliano und Valdobbiadene gehört. Diese Anerkennung habe in den vergangenen Jahren dazu beigetragen, das internationale Profil des Gebiets zu schärfen, nicht nur als Zentrum der Weinproduktion, sondern auch als Kulturlandschaft, die von Generationen von Weinbergsarbeit geprägt wurde. Folladors neuer Blog wirkt wie der Versuch, diese ortsbezogene Identität in der Kommunikation mit den Verbrauchern direkter zu nutzen.

Das Unternehmen sagt, Exporte seien ein zentraler Bestandteil seines Geschäfts, und seine Weine würden in mehr als 20 internationalen Märkten vertrieben, darunter die Vereinigten Staaten, das Vereinigte Königreich, Deutschland, China und Neuseeland. Mit dem Start eines auf Essen und Pairing ausgerichteten Blogs wendet sich das Weingut auch an ausländische Verbraucher, die Prosecco möglicherweise als Schaumwein für den informellen Genuss kennen, aber mit seiner Rolle bei lokalen Mahlzeiten in Norditalien weniger vertraut sind.

Der Schritt erfolgt in einer Zeit, in der Weinproduzenten verstärkt redaktionelle Inhalte, Geschichten rund um Rezepte und digitales Lifestyle-Marketing einsetzen, um Verbraucher jenseits traditioneller Verkostungsnotizen und Produktbeschreibungen zu erreichen. Für Weingüter mit starkem Tourismus- und Territorialbezug ist Food-Content zu einer Möglichkeit geworden, Flaschen mit umfassenderen Erlebnissen zu verbinden, darunter regionale Küche, Familienbräuche und saisonales Essen.

Im Fall von Follador, so das Unternehmen, soll die neue Plattform die eigene Identität online durch Geschichten über Geselligkeit, Herkunft und Gastronomie weitertragen. Der Blog soll Prosecco Superiore DOCG nicht nur als festlichen Schaumwein präsentieren, sondern auch als Wein, der sich über Mittag- und Abendessen hinweg mit Gerichten aus der Heimatregion und darüber hinaus verbindet.