vinetur

Tedeschi rückt Maternigo Valpolicella DOC Superiore für die Weihnachtstafel in den Fokus

Das Weingut empfiehlt den Rotwein aus der Gegend um Verona zu gefüllter Pasta, Braten, Pilzgerichten und Käse bei Feiern zum Jahresende

Mittwoch, 25. November 2026



Tedeschi, ein Weingut in Pedemonte di Valpolicella nahe Verona, stellt seinen Maternigo Valpolicella DOC Superiore als Wein für die Weihnachtstafel und Feiern zum Jahresende vor. Die Festtage nutzt das Unternehmen, um einen seiner Rotweine aus dem Valpolicella-Gebiet hervorzuheben.

In einer im November 2026 in Pedemonte di Valpolicella veröffentlichten Mitteilung erklärte das Unternehmen, es wolle den Wein mit den Ritualen der Jahreszeit verbinden, darunter Familienessen, gemeinsam servierte Gerichte und traditionelle Feiern. Die Kampagne rückt Maternigo ins Zentrum festlicher Mahlzeiten und

präsentiert ihn als Wein für Essen, bei dem Gespräche und vertraute Rezepte im Mittelpunkt stehen.

Tedeschi beschrieb den Wein als tiefgründig und ausgewogen statt kraftvoll, mit einem Profil, das von roten Früchten und vielschichtigen Aromen geprägt ist. Laut Unternehmen zeigt das Bouquet kleine rote Früchte, Kirsche und Himbeere, gefolgt von floralen Noten, Gewürzen und dezenten Kräuteranklängen. Am Gaumen sei der Wein frisch und dynamisch, mit feinen Tanninen, würzigen Noten und einem seidigen Abgang, so das Weingut.

Mit der Mitteilung hob das Unternehmen auch die Rolle des Weins bei Tisch hervor. Maternigo sei darauf ausgelegt, zu gehaltvolleren saisonalen Gerichten zu passen und zugleich genügend Frische zu bewahren, damit er ein Essen nicht überlagert, erklärte Tedeschi. Als passende Begleiter nannte das Unternehmen gefüllte Pasta, Braten, Pilzgerichte und Käse. Damit präsentierte es den Wein als vielseitige Option für festliche Menüs und nicht als Flasche, die nur zu einem einzigen Gang passt.

Die Botschaft spiegelt ein breiteres Muster in der Weinbranche in den Wochen vor Weihnachten wider: Erzeuger verbinden bestimmte Etiketten häufig mit Einladungen, Geschenken und saisonalen Mahlzeiten. Tedeschi setzte dabei weniger auf Sondereditionen oder Preise als vielmehr auf das Geschmacksprofil, die Kombinationsmöglichkeiten mit Speisen und den emotionalen Wert, während der Feiertage Wein miteinander zu teilen.

Tedeschi bezeichnete Maternigo als Wein, der den Charakter des Valpolicella durch Finesse und einen zeitgemäßen Stil zum Ausdruck bringt. Das Unternehmen stellte die Flasche als Möglichkeit dar, Herkunft, Tradition und Gastfreundschaft miteinander zu verbinden – Themen, die im italienischen Weinmarketing in den letzten Monaten des Jahres regelmäßig eine Rolle spielen.

Die Mitteilung machte keine Angaben zum beworbenen Jahrgang, zum Produktionsvolumen oder zum Verkaufspreis. Auch eine Neueinführung oder Änderung des Vertriebs wurde nicht angekündigt. Stattdessen konzentrierte sich die Kommunikation darauf, einen bestehenden Wein für den saisonalen Konsum zu positionieren und die Identität des Weinguts als traditionsreicher Erzeuger in der

Gegend um Verona zu stärken.

Indem Tedeschi Maternigo in den Mittelpunkt seiner Weihnachtskommunikation stellt, will das Unternehmen klassische regionale Weine zu einer Zeit stärker in den Fokus rücken, in der sich die Kaufentscheidungen der Verbraucher häufig auf festliche Mahlzeiten und Geschenke ausrichten. Aus der Mitteilung des Weinguts geht hervor, dass es die Flasche nicht nur als Produkt zum Verkosten versteht, sondern als Teil der Atmosphäre einer festlichen Tafel, an der Essen, Wein und Gesellschaft zusammenwirken sollen.