

Diesel oder Kalter Kaffee? So nennt Deutschland den Kult-Mix aus Cola und Orange

+++ Eine aktuelle Online-Erhebung¹ zeigt, welche kreativen Spitznamen die Deutschen dem Mix aus Cola und Orangenlimonade geben.

+++ Wenn es um kreative Begriffe geht, sind „Diesel“ (18,4 Prozent) und „Kalter Kaffee“ (17,9 Prozent) am weitesten verbreitet.

+++ Mit der Limited Edition HARIBO Cola & Orange kommt die kultige Getränkemischung aus Cola und Orangenlimonade jetzt auch ins Fruchtgummiregal.

Grafschaft, 19. Mai 2026 – Vom Deich bis zu den Alpen: Ganz Deutschland liebt den sommerlichen Mix aus Cola und Orange. Was jedoch Spitznamen abseits bekannter Markennamen angeht, ist sich die Nation nicht ganz so einig. HARIBO hat 1.000 Menschen gefragt: Wie nennt ihr den Mix aus Cola & Orange? Das Ergebnis ist eine Deutschlandkarte mit vielen kreativen Bezeichnungen.

Viele Namen, ein Geschmack: Deutschlands Spitznamen für den Cola-Orange-Mix

Die gestützte Online-Erhebung zeigt: Mit 18,4 Prozent aller Nennungen ist „Diesel“ der Spitzenreiter unter den am weitesten verbreiteten Namen für das beliebte Mischgetränk, vor allem in der Altersgruppe 55+. Regionale Unterschiede zeigt die große HARIBO Cola-Orange-Deutschlandkarte: Im Norden und Nordwesten sind Spitznamen wie „Moorwasser“ oder „Schmutzwasser“ weit verbreitet. Reist man hingegen Richtung Süden, kennen rund 18 Prozent das Erfrischungsgetränk als „Kalter Kaffee“, beliebt auf Festivals, Hüttenwanderungen oder an sonnigen Tagen am See. Einige nennen den Mix im Süden aber auch „Gwasch“ – bairisch für „Gewäsch“ –, was sich als das süddeutsche Pendant zum Schmutzwasser auffassen lässt.

HARIBO bringt kultiges Mix-Getränk in den Beutel

Die Vielzahl an Namen zeigt vor allem eines: Der Cola-Orangen-Mix hat längst Kultstatus in ganz Deutschland erreicht. Genau dieses Lebensgefühl greift HARIBO nun auf und bringt den beliebten Geschmack als Fruchtgummi in den Beutel. Das Neuprodukt HARIBO

¹ n = 1.000, Erhebungszeitraum April 2026



Cola & Orange verbindet den klassischen Cola-Geschmack mit fruchtiger Orange und erinnert mit seiner Form an die bekannten Kult-Mischgetränke.

Die Limited Edition ist ab Juni 2026 im 175-Gramm-Beutel erhältlich. Die unverbindliche Preisempfehlung liegt bei 1,19 Euro. Angeboten wird sie im klassischen Lebensmittelhandel, bei Süßwarenhändlern sowie im Convenience-Bereich, in allen HARIBO-Shops oder direkt im HARIBO Online-Shop unter www.haribo.shop.

Pressekontakt

HARIBO GmbH & Co. KG
Unternehmenskommunikation
Tel.: +49(0)2641 300 1169
E-Mail: cc@haribo.com
Web: www.haribo.com/presse

Kommunikationsagentur
LHLK Agentur für Kommunikation GmbH
Tel.: +49(0)30 4000 652 15
E-Mail: haribo@lhlk.de

Über HARIBO

Seit mehr als einem Jahrhundert begleiten die bunten Süßigkeiten von HARIBO Generationen von Menschen. Am 13. Dezember 1920 gründete Hans Riegel senior das Unternehmen in Bonn – heute ist es Weltmarktführer im Fruchtgummi- und Lakritzsegment. Seither steht HARIBO, ein Akronym für HAnS Riegel BOnn, für Freude, Vielfalt und Nasch-Momente bei Jung und Alt. Das von Hans Riegel im Jahre 1922 kreierte Fruchtgummi-Produkt „Tanzbär“ ist heute die Kultfigur von HARIBO und als Goldbär weltberühmt. Alleine 200 Millionen Goldbären werden täglich weltweit produziert. Die kontinuierliche Markenführung unter höchster Qualitätskontrolle sowie das Vertrauen der Verbraucherinnen und Verbraucher machen einen großen Teil der langjährigen Erfolgsgeschichte HARIBOs an 16 Produktionsstandorten in elf Ländern aus. Weltweit beschäftigt HARIBO rund 8.500 Mitarbeitende. Weitere Informationen gibt es unter www.haribo.com/presse.

