

Grzegorz Sobel

Biblioteka Uniwersytecka we Wrocławiu

## *Liegnitzer Bombe*. Z dziejów sławnego piernika w świetle źródeł (część 2)

**Słowa kluczowe:** Legnica, Śląsk, gastronomia, Legnicka bomba

**Keywords:** Legnica, Silesia, gastronomy, *Legnicka bomba*

### Popularyzacja w granicach Śląska

Pierwszym kierunkiem poszerzenia rynku zbytu legnickiej bomby był Głogów, gdzie specjał znalazł się już w 1884 r. w ofercie cukierni Carla Jüttnera, który został ustanowiony wyłącznym sprzedawcą oryginalnej bomby w mieście przez jej twórców, braci Müller<sup>1</sup>. W tym samym roku „swoje” bomby wypiekał Georg Milke<sup>2</sup>, unikając określenia ich mianem „legnickie”, zapewne z tych samych powodów, co wspomniany w części pierwszej Robert Keller, czyli z szacunku dla zasług Eduarda Müllera. Dwa lata później *Liegnitzer Bomben* znalazły się w ofercie Johanna Heinricha Kranza prowadzącego sklep w budynku hotelu „Deutsches Haus” i były oferowane w pięciu rozmiarach: po dziesięć, dwadzieścia pięć, pięćdziesiąt fenigów oraz po jednej i dwie marki<sup>3</sup>. Drugim po Głogowie miastem, do którego zawitały „prawdziwe” (*echt*) bomby wypiekane przez spółkę „Gebr. Müller”, był Lubin. Polecał je tu od 1885 r., jako jedyny *Conditior*, Carl Meyer<sup>4</sup>, a oryginalne pierniczki weszły na wiele lat do jego przedświątecznej oferty. Rok później znalazły się po raz pierwszy w Złotoryi w ofercie cukiernika Augusta Hartmanna<sup>5</sup>, który wypiekał je w swoim zakładzie i od 1887 r. używał nazwy *echt Liegnitzer Bomben*<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> Carl Jüttner's Conditorei und Café, „Niederschlesischer Anzeiger”, nr 288 z 7 XII 1884.

<sup>2</sup> Der Weihnachtsverkauf, *ibidem*.

<sup>3</sup> Feinste Lübecker Marzipan-Torten, *ibidem*, nr 290 z 11 XII 1887.

<sup>4</sup> Weihnachts-Ausstellung, „Lübener Stadtblatt”, nr 145 z 8 XII 1885.

<sup>5</sup> Bitte zu beachten!, „Goldberger Stadtblatt”, nr 142 z 4 XII 1886.

<sup>6</sup> Große Weihnachts-Ausstellung, *ibidem*, nr 142 z 3 XII 1887.

Warto przybliżyć w tym miejscu znaczenie i specyfikę rozumienia pojęcia „prawdziwy” (*echt*) używanego w handlu i sprzedaży detalicznej na określenie oryginalnych artykułów spożywczych i używek wszędzie tam, gdzie pojawiały się na Śląsku. Jego początki, sięgające lat dwudziestych XIX w., wiążą się z wejściem do sprzedaży piwa sprowadzanego z Bawarii, które w szybkim czasie znalazło w nadodrzańskiej krainie konkurencję w postaci miejscowego chmielowego trunku warzonego na bawarską manierę, by wspomnieć tylko o browarze w Sobótce Górcze, założonym przez barona Hansa Ernsta von Lüttwita w 1817 r., który sprowadził piwowarów z Frankonii (północna Bawaria). Dla odróżnienia oryginalnych trunków, które zdobyły wśród śląskich piwoszy olbrzymie uznanie, od lokalnych piw warzonych na bawarski styl, te pierwsze zaczęto nazywać *echt bayrisch / echt bairisch*, czyli „prawdziwe bawarskie”. Z czasem termin *echt* ugruntował się w języku potocznym jako powszechnie zrozumiały kod kulturowy na określenie produktu oryginalnego, wytwarzanego w miejscu kreacji. Stosowany był przede wszystkim w odniesieniu do piwa, choć nie tylko<sup>7</sup>. *Ein echtes* (jedno prawdziwe) było więc jasnym komunikatem, iż zamawiający w lokalu gastronomicznym życzy sobie nalania kufelka oryginalnego piwa bawarskiego. Wprowadzenie przez braci Müller terminu *echt* do reklamy z 1881 r. jest zatem informacją o obecności u ich nie tylko legnickich kolegów po fachu wypieków będących kopią oryginału, dostępnego wyłącznie u jego „wynałzców”.

W 1884 r. bomby pojawiły się jako wyrób własny, bez odniesienia do ich miejsca pochodzenia<sup>8</sup>, także w Namysłowie w cukierni Koschwitza, co dużo mówi o zasięgu oddziaływania tego zupełnie nowego wyrobu cukierniczego, piernika nadziewanego bakaliami i oblanego z wierzchu glazurą czekoladową. Ten przypadek rzuca światło na rozgłos, jaki bomba zdobywała w tym czasie bez zamierzonych działań podejmowanych przez Müllerów. Dwa lata później bomby były oferowane w Bolesławcu pod nazwą „piernik legnicki” u *Conditorra* Fritza Lessiga, który, podobnie jak kolega po fachu z Namysłowa, wypiekał je sam<sup>9</sup>. Ale już w latach 1887–1888 został przedstawicielem braci w mieście, oferując jako jedyny prawdziwe bomby pod oryginalną nazwą<sup>10</sup>. W 1886 r. znalazły się też we Wrocławiu w cukierni Carla Mickscha przy ul. Oławskiej. Ten jeden z pierwszych *Conditorów* stolicy Śląska przełomu XIX i XX w. – jego spadkobiercy prowadzą do dziś zakład cukierniczy pod historyczną nazwą

<sup>7</sup> G. Sobel, *O początkach piwa bawarskiego we Wrocławiu [w:] O historii Wrocławia i Śląska inaczej*, red. M. Derwich, t. 3, Wrocław 2017, s. 42–44.

<sup>8</sup> *Weihnachts-Ausstellung*, „Namslauer Stadtblatt”, nr 98 z 13 XII 1884.

<sup>9</sup> *Feinsten Königsberger und Lübecker Marzipan*, „Bunzlauer Stadtblatt”, nr 287 z 8 XII 1886.

<sup>10</sup> *Thorner Katharinchen*, *ibidem*, nr 287 z 8 XII 1887; *Heut Donnerstag*, *ibidem*, nr 293 z 13 XII 1888.

w Monachium, oferując nieprzerwanie *Liegnitzer Bomben* – założywszy swoją cukiernię w 1872 r., dość długo nie wyróżniał się niczym szczególnym w swojej branży, oferując zwykle to samo, co konkurencja. W 1885 r. zaczął specjalizować się w korzennych wypiekach, początkowo polecając na święta Bożego Narodzenia pierniki toruńskie, bazylejskie i nyskie<sup>11</sup>. W roku następnym oprócz pierników norymberskich i acheńskich znalazły się w jego ofercie oryginalne bomby legnickie<sup>12</sup>, przy czym, co najciekawsze, nie od braci Müllerów, a od syna ich stryja, Carla Müllera juniora, z którym utrzymywał współpracę przez kilka następnych lat, by wreszcie wypiekać je w swoim zakładzie. Fakt ten wskazuje na status bomby legnickiej jako ówczesnie wciąż wypieku rodzinnego Müllerów, a Carl junior nie reklamował wypieku, podobnie jak Hermann i Eduard. Działalności Mickscha w branży towarzyszyły szeroko zakrojone kampanie reklamowe w prasie wrocławskiej, zwłaszcza przedświąteczną porą, a *Liegnitzer Bomben* znajdowały zawsze miejsce w jego anonsach obok wspomnianych wyżej klasyków niemieckiego piernikarstwa. Tym samym działania promocyjne Mickscha wpisały niezamierzenie specjał znad Kaczawy – nieposiadający wszak długiej tradycji – do klasyki, zapewniając im potencjał wizerunkowy, o jaki cała rodzina Müllerów sama nawet nie zabiegała. W kolejnych latach bomba legnicka pojawiała się nieprzerwanie w ogłoszeniach prasowych na Śląsku w towarzystwie swoich szlachetniejszych korzennych rywali wszędzie tam, gdzie pierniki były reklamowane i oferowane przedświąteczną porą.

Dla pełnego obrazu ekspansji *Liegnitzer Bombe* w granicach nadodrzańskiej krainy warto przytoczyć daty jej premiery w innych miastach, gdzie pojawiała się po raz pierwszy, co daje ogólne wyobrażenie o procesie rozprzestrzeniania się legnickiego specjału. Kilkanaście miast, jak Świebodzice, Wołów, Polkowice, Oborniki Śląskie, Trzebnica, Ziębice, Ząbkowice Śląskie, Niemcza, Kowary, Bardo, Sobótka, Bolków, Ścinawa, Lubawka, Żmigród, Oleśnica czy Kłodzko wraz z niemal całą kotłiną, nie zostało uwzględnionych z powodu niezachowania się zupełnie lub w ciągłym wymiarze tytułów prasowych z lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych XIX w., co nie pozwala na ustalenie faktów w ujęciu chronologicznym. Bardzo szybko, bo już w 1887 r., bomba dotarła do Strzelina jako zupełna nowość pośród korzennych wypieków<sup>13</sup>, lecz pod oryginalną nazwą była tu oferowana dopiero ponad dekadę później. W roku następnym mogli posmakować specjału rodem znad Kaczawy mieszkańcy Chojnowa. Miejscowy cukiernik Gustav Rode zaanonsował ją w „Haynauer Stadtblatt” jako „pierniki

<sup>11</sup> Carl Micksch. *Die großartigen Weihnachts-Ausstellung*, „Breslauer Zeitung”, nr 856 z 6 XII 1885.

<sup>12</sup> Carl Micksch's herrliche Weihnachts-Ausstellung, *ibidem*, nr 853 z 5 XII 1886.

<sup>13</sup> *Einladung zum freundlichen Besuche*, „Strehlemer Kreis- und Stadt-Blatt”, nr 49 z 10 XII 1887.

Müllerów” (*Müller’schen Pfefferkuchen*)<sup>14</sup>, czym dał dowód znajomości trendów panujących w branży oraz poważania wobec całej rodziny legnickich cukierników i ich oryginalnego wyrobu, który oferował wprost z ich pieców. Chojnowscy *Conditorzy* mieli, jak żadni inni cukiernicy na Śląsku, pewien bardzo zauważalny problem z nazewnictwem *Liegnitzer Bombe*, tym bardziej że jako nowy wypiek przyjął się dobrze w mieście. Joseph Müller (być może ktoś z dalszej rodziny) oferował je w 1889 r. jako „bomby piernikowe”<sup>15</sup>, rok po nim Gustav Arlt jako „prawdziwe bomby”<sup>16</sup> – co jeszcze nie oznacza, że były oryginalne – a ich kolega po fachu August Plüschke anonsował je w roku następnym jako „pierniki legnickie” (*Liegnitzer Pfefferkuchen*)<sup>17</sup>, inspirując się zapewne oryginałem, podobnie jak Gustav Rode<sup>18</sup>. Dość szybko bomba pojawiła się w Kamiennej Górze, zapewne na fali działań braci Müllerów – w 1888 r. oferował ją *Conditor* August Schuster<sup>19</sup>, który uczynił z niej własny „subtelny w smaku” specjał, anonsując go rok później następująco: „Kto chce posmakować czegoś zupełnie wysmienitego, niech spróbuje moich bomb”<sup>20</sup>.

W latach dziewięćdziesiątych bomba dotarła do Jawora, jednak nad Nysą Szaloną silnym lokalnym konkurentem była dla niej miejscowa kószka (*Bienenkorb*). W 1890 r. tę pierwszą polecał Andreas Sieber, zwąc pierniczki jedynie „bombą”<sup>21</sup>, a trzy lata później znalazła się w ofercie Hermanna Geislera pod mianem *echten Bomben*<sup>22</sup>. W następnych latach nie była anonsowana w prasie jaworskiej, co pozwala przypuszczać, iż nie przyjęła się, ulegając na świątecznym stole przewadze tradycyjnej dla jaworzan kószki. W tym samym czasie, jako wypiek naśladowujący oryginał, znalazła się po raz pierwszy w Świdnicy w cukierni Oskara Mantela – orientującego się dobrze w panujących trendach – na co wskazuje nazwa „bomby nadziewane” (*gefüllte Bomben*)<sup>23</sup>. Również nad Bystrzycą legnicki specjał napotkał na miejscowego rywala w postaci Bolkobissen (*kęś Bolka*), wypiekanego na maślanec z użyciem pół na pół mąki pszennej i żytniej z dodatkiem kopru włoskiego. Świdnickie pierniczki miały kształt kostek i były oferowane w jasnej i ciemnej czekoladzie – być może były

<sup>14</sup> *Zum Feste empfehle ich in großer Auswahl*, „Haynauer Stadtblatt”, nr 147 z 13 XII 1888.

<sup>15</sup> *Zum bevorstehenden Weihnachtsfeste*, *ibidem*, nr 144 z 5 XII 1889.

<sup>16</sup> *Gustav Arlt’s Conditorei*, *ibidem*, nr 147 z 13 XII 1890.

<sup>17</sup> *Hiermit dem heehrten Publikum zur Anzeige*, *ibidem*, nr 147 z 13 XII 1890.

<sup>18</sup> *Zum Feste empfehle Alle Sorten*, *ibidem*, nr 149 z 18 XII 1890.

<sup>19</sup> *Weihnachts-Ausstellung*, „Landeshuter Stadtblatt”, nr 99 z 8 XII 1888.

<sup>20</sup> *Bomben (Spezialität)*, *ibidem*, nr 146 z 10 XII 1889.

<sup>21</sup> *A. Sieber’s Conditorei*, „Jauersch’sches Stadtblatt”, nr 293 z 14 XII 1890.

<sup>22</sup> *Einem Hochgeehrten Publikum*, *ibidem*, nr 293 z 14 XII 1893.

<sup>23</sup> *Oskar Mantels Conditorei*, „Schweidnitzer Stadtblatt”, nr 293 z 14 XII 1890.

odpowiedzią tutejszych cukierników na specjał legnicki. Mantel nie polecał jej długo, a od 1895 r. w jego ofercie znalazły się „nadziewane miodowniki”<sup>24</sup>. Podobnie nie zadomowiły się u Paula Meyera, gdyż do 1914 r. anonsował je tylko raz jeden w 1892 r. jako „bomby wysmienite” (*vorzügliche Bomben*)<sup>25</sup>. Użyta liczba mnoga w nazwie wypieku może wskazywać, że wypiekał je w małym formacie. W 1891 r. dotarli do Zgorzelca – przy czym sklep prowadzony przez Wilhelma Mattke oferował oryginalne bomby braci Müllerów<sup>26</sup> – i do Lwówka Śląskiego, gdzie miejscowy cukiernik nazwał je „sławnymi bombami legnickimi”<sup>27</sup>. Użycie terminu „sławne” może wskazywać na wzrost ich popularności i renomy w nadodrzańskiej krainie. W tym samym roku znalazły się w Górze w ofercie Wilhelma Lasswitza obok pierniczek norymberskich<sup>28</sup>.

Dwa lata później smak *Liegnitzer Bombe* poznali mieszkańcy Opola, gdzie pojawiła się ona zapewne na fali pierwszych sukcesów wystawienniczych Franza Meyenburga, wypiekającego je od 1890 r. na skalę przemysłową. Nazywana początkowo jedynie „bombą”, w ofercie Hermanna Beyera i Hermanna Rolle<sup>29</sup> w 1896 r. była polecana przez ostatniego z nich jako „bomba faszerowana”<sup>30</sup>. Po raz pierwszy pod oryginalną nazwą pojawiła się w Opolu w sklepie delikatesowym Arnolda Weissa jako *echt Liegnitzer Bombe*<sup>31</sup> – w kilku rozmiarach w cenie od 5 fenigów do 5 marek, co pozwala przypuszczać, iż pochodziła z zakładu wspomnianego już Meyenburga. W 1894 r. bomby pojawiły się u Bruno Enderleina<sup>32</sup> w Wałbrzychu, gdzie podaż i popyt na korzenne wypieki był od dawna bardzo duży. W ofercie miejscowych cukierników i wielu sklepów odnajdujemy już wiele lat wcześniej wszystkie znane marki niemieckich pierników, co wskazuje, jak wielkie było zapotrzebowanie na tego rodzaju artykuły w mieście górniczym, którego rozwój w drugiej połowie XIX w. był jednym z najszybszych na Śląsku. W następnym roku „sławne” bomby<sup>33</sup>, co wymownie nawiązuje do osoby Franza Meyenburga i jego licznych już sukcesów na wielu wystawach, znalazły się w ofercie Carla Klappera. Zapewne na tej samej fali *Liegnitzer Bombe*

<sup>24</sup> *Hierduch gestate ich mir, ibidem*, nr 291 z 12 XII 1895.

<sup>25</sup> *Weihnachts-Ausstellung, ibidem*, nr 292 z 13 XII 1892.

<sup>26</sup> *Wilhelm Mattke Berlinerstr. 60, „Niederschlesische Zeitung”*, nr 292 z 13 XII 1891.

<sup>27</sup> *Meine Weihnachtsausstellung, „Der Bürger- und Hausfreund”*, nr 142 z 8 XII 1891.

<sup>28</sup> *Zum bevorstehenden Weihnachtsfeste, „Anzeiger an der Schlesisch-Posener Grenze zugleich Guhrauer Kreisblatt”*, nr 97 z 12 XII 1891.

<sup>29</sup> *Zum Weihnachts-Feste, „Wochenblatt für Stadt und Land”*, nr 148 z 10 XII 1893.

<sup>30</sup> *Zum Weihnachtsfeste, ibidem*, nr 218 z 9 XII 1896.

<sup>31</sup> *Meine große Weihnachts-Ausstellung, ibidem*, nr 289 z 12 XII 1897.

<sup>32</sup> *Bruno Enderlein, „Waldenburg Wochenblatt”*, nr 98 z 8 XII 1894.

<sup>33</sup> *Carl Klapper's Conditorei und Pfefferkücherei, ibidem*, nr 99 z 11 XII 1895.

była oferowana pod oryginalną nazwą przez Friedricha Nosswitza w Bytomiu Odrzańskim<sup>34</sup>.

W 1895 r. *Liegnitzer Bombe* znalazła się w Zielonej Górze<sup>35</sup> i Lubaniu jako ozdoba choinkowa w kilku rozmiarach, za cenę od 10 fenigów do 2 marek<sup>36</sup>. W Żaganiu Max Knoblich polecał ją w tym samym roku m.in. obok toruńskich katarzynek, norymberskich elźbietek (*Elisen-Kuchen*) i pierników bazylejskich<sup>37</sup>. Dwa lata później bomby były już obecne w Strzegomiu w cukierni Augusta Feige<sup>38</sup>, z kolei w 1898 r. w Dzierżonowie w cukierni Gustava Böhma<sup>39</sup> i to wprost z pieców braci Müllerów. W tym samym czasie sławne już pierniczki dotarły do Oławy, jako „bomby” u *Conditora* Oskara Reimanna, który wzbraniał się przed oryginalną nazwą przez dwa lata<sup>40</sup>. Z niewiadomych powodów wzbraniał się przed nimi także tutejszy potentat w branży cukierniczej Willi Pürschel, ale już w 1900 r. oferował je właściciel sklepu kolonialnego Eduard Sambale obok takich specjałów, jak miódownik drezdeński, piernik norymberski, bazylejski, drezdeński, bremeński, ciasto czekoladowe, trójkątne pierniczki nazywane *Spitzkuchen*, bruk (*Steinpflaster*), wafle, biszkopty Alberta, chlebek rosyjski (pierniczki w kształcie liter), serca piernikowe, wiele rodzajów czekolad, ciasta deserowe, makaroniki i piernikowe ozdoby choinkowe (rybki, ludziki)<sup>41</sup>. W tym samym roku bomby dotarły do Szprotawy<sup>42</sup>.

Jednakże do wybuchu I wojny światowej – jak można sądzić na podstawie ogłoszeń prasowych – bomby legnickie nie zdołały przeniknąć szerzej na ziemię opolską. Obok stolicy regionu w 1896 r. pojawiły się jeszcze we wspomnianym już Namysłowie, w Kluczborku<sup>43</sup> oraz w Nysie w cukierni Eduarda Böhmne<sup>44</sup>. W materiale źródłowym nie odnajdujemy ich natomiast w takich miastach jak Brzeg, Prudnik, Paczków, Olesno, Krapkowice, Strzelce Opolskie, Grodków, Głogówek czy Otmuchów, gdzie tradycyjnym świątecznym pierniczkiem oprócz wielu niemieckich marek był *Neisser Konfekt*. W Grodkowie już w 1887 r. w ofercie Oskara Baumanna znalazły się „prawdziwe bomby toruńskie” (*echt*

<sup>34</sup> *Meine Weihnachts-Ausstellung*, „Beobachter an der Oder”, nr 102 z 19 XII 1896.

<sup>35</sup> *Legnitzer Bomben, Neisser Confect*, „Günberger Wochenblatt”, nr 151 z 19 XII 1895.

<sup>36</sup> *Christbaum-Behang*, „Laubaner Tageblatt”, nr 293 z 15 XII 1895.

<sup>37</sup> *Thorner Katharinchen*, „Saganer Tageblatt”, nr 297 z 21 XII 1895.

<sup>38</sup> *Versuchen Sie meine Honigkuchen*, „Striegauer Stadtblatt”, nr 50 z 11 XII 1897.

<sup>39</sup> *Nürnberger Lebkuchen*, „Reichenbacher Wochenblatt”, nr 144 z 9 XII 1898.

<sup>40</sup> *Oskar Reimann's Conditorei*, „Ohlauer Kreis- und Stadtblatt”, nr 97 z 13 XII 1898; *Oskar Reimann's Conditorei und Pfefferkuchen-Fabrik*, *ibidem*, nr 98 z 15 XII 1899.

<sup>41</sup> *Hiermit erlaube ich mir*, *ibidem*, nr 97 z 14 XII 1900.

<sup>42</sup> *Zum bevorstehende Weihnachtsfeste*, „Sprottauer Wochenblatt”, nr 144 z 9 XII 1900.

<sup>43</sup> *Einem hochgeehrten Publikum von Kreuzberg*, „Kreuzberger Zeitung”, nr 144 z 10 XII 1896.

<sup>44</sup> *Stadthaus-Conditorei*, „Neisser Zeitung”, nr 291 z 17 XII 1896.

*Thorner Bomben*)<sup>45</sup>, co traktować należy jako przejaw racjonalności cukiernika, który orientując się w panujących ówczesnie trendach w branży wołał prawdopodobnie przemówić do swoich klientów bombą bardziej znanej marki. Rok później bomby znalazły się incydentalnie w ofercie Paula Stieblera w Głogówku, lecz w tym przypadku były to wypieki z fabryki Franza Sobotzicka z Raciborza<sup>46</sup>, znanego producenta czekolady, który nie wypiekał ich w następnych latach. Znamienne, że *Liegnitzer Bombe* przegrała premierę w Nysie z nie mniej sławnymi ciasteczkami maślanymi z Cieplic-Zdroju (*Warmbrunner Gebäck*), które znalazły się tu po raz pierwszy w 1889 r.<sup>47</sup>, a dodać należy, że piernik znad Kaczawy nie był do wybuchu I wojny światowej anonsowany w Nysie pod oryginalną nazwą i pojawiał się jedynie incydentalnie w ofercie tutejszych cukierników. W 1901 r. bomby dotarły do Milicza, gdzie w ofercie *Conditora* Otto Nitsche znalazły miejsce pod oryginalną nazwą obok pierniczków wiedeńskich, norymberskich i lubeckich<sup>48</sup>. Jego kolega po fachu Paul Kozuch polecał, podobnie jak Baumann, „bomby toruńskie” (*Thorner Bomben*)<sup>49</sup>, co w tym miejscu można uznać za dość swobodną z jego strony interpretację panujących wówczas trendów w branży cukierniczej, na które legnicki specjał miał duży wpływ, jak pokazują dwa powyższe przykłady. *Thorner Bomben* nie wypiekano nawet w mieście Mikołaja Kopernika, a ich pojawienie się na Śląsku, jako nazwa wypieku, ma wyraźne związki ze specjałem Müllerów. W 1906 r. bomby były dostępne w ofercie Paula Krause w Gryfowie Śląskim<sup>50</sup>, a cztery lata później w Łądku-Zdroju<sup>51</sup>.

Dość późno bomby legnickie zdobyły Karkonosze. Na przeszkodzie stanęły tu zapewne lokalne uwarunkowania i odmienności kulturowe, odróżniające kulinarnie tę część regionu od całości nadodrzańskiej krainy. Pośród typowych regionalnych potraw znajdował się choćby tradycyjny pod szczytami gór świąteczny wypiek, sękacz (*Baumkuchen*). Trudno zakładać, że ogólne trendy cukiernicze nie były znane tamtejszym przedstawicielom słodkiej branży. Z dostępnych źródeł, a więc anonsów prasowych, wiadomo, że w ofercie *Conditorów* stolicy Karkonoszy bomba pojawiła się dopiero w 1909 r. u Adolfa Rongego<sup>52</sup> – przy czym ów fakt anonsował jedynie w dzienniku z Cieplic-Zdroju, naj-

<sup>45</sup> Oskar Baumann's Conditorei und Honigkuchen-Fabrik, *ibidem*, nr 144 z 7 XII 1877.

<sup>46</sup> *Weihnachtshonigkuchen*, „Leobschützer Zeitung”, nr 283 z 8 XII 1888.

<sup>47</sup> *Bitte um gefl. Beachtung!*, „Neisser Zeitung”, nr 286 z 12 XII 1889.

<sup>48</sup> *Weihnachtsausstellung*, „Militische Kreisblatt”, nr 96 z 7 XII 1901.

<sup>49</sup> *Den hochgeehrten Herrschaften von Stadt und Land*, *ibidem*, nr 96 z 7 XII 1901.

<sup>50</sup> *Meine Weihnachtsausstellung*, „Anzeiger für Greiffenberg, Liebenthal und Umgegend”, nr 145 z 15 XII 1906.

<sup>51</sup> *Zum bevorstehenden Weihnachtsfeste*, „Landecker Stadtblatt”, nr 98 z 10 XII 1910.

<sup>52</sup> A. Ronge, *Hirschberg, Markt 43*, „Warmbrunner Nachrichten”, nr 195 z 14 XII 1909.

wyraźniej kierując ofertę do kochających góry turystów. Sprzedaż sławnego wypieku kontynuował Alfons Wolf, który w 1912 r. przejął jego zakład pod nazwą „A. Ronge’s Nachfolger”<sup>53</sup>. Ronge nie promował legnickiego specjału ze szczególnym przekonaniem – nie używał nawet jego odmiejscowej nazwy *Liegnitzer*. Prawdopodobnie wypiekał ich na tyle dużo, że mógł dystrybuować do innych podmiotów handlowych, by wymienić tylko sklep kolonialny Trautman-na, który z kolei anonsował je samodzielnie w swojej ofercie pod odmiejscową nazwą<sup>54</sup>, co może wskazywać na pełniejsze zrozumienie znaczenia i renomy wypieku na mapie Śląska w tym czasie, lecz przede wszystkim na zachowanie cukiernika, gdyż nie można wykluczyć, iż w wielu miastach nadodrzańskiej krainy nieużywanie przez *Conditorów* w nazwie terminu *Liegnitzer* w odniesieniu do oferowanego przez siebie, a często też wypiekanego na miejscu pierniczka w czekoladowej glazurze, miało lokalnopatriotyczne przyczyny, u podłoża których leżał fakt braku wypieku traktowanego jako sztyld miasta czy miasteczka lub też niechęć do promowania obcego specjału. Również sukcesor Rongego używał w reklamach jedynie terminu *Bomben*, w czym trudno widzieć szczególnie entuzjazm do wypiekanego przez siebie wyrobu. Wydaje się, iż legnicka marka nie miała w Karkonoszach szans na pokonanie lokalnego konkurenta – sękacza – bowiem ten cieszył się ugruntowaną od dawna renomą, którą Wolf sam zresztą podkreślał, anonsując go w miejscowej prasie jako „ozdoba każdego świątecznego stołu”, zapewniając o jego „wielotygodniowej trwałości”<sup>55</sup>. Warto dodać, że marką nad markami Karkonoszy wśród sękaczy był przed pierwszą wojną światową *Schneekope*, wypiekany na dużą skalę w zakładzie cukiernicznym Franza Wielanda „Hirschberger Baumkuchen-Spezial-Fabrik”. Czołowy producent ciast i ciasteczek Jeleniej Góry polecał, obok sękacza kojarzonego z *Rübezahlem* (Liczyrzepa), m.in. pierniki norymberskie, bazylejskie, toruńskie, a nawet *Neisser Konfekt* jako ozdobę choinkową<sup>56</sup>, w czym widzieć należy jego przywiązanie do piernikowych marek bardziej rozpoznawalnych wówczas wśród turystów odwiedzających górski kurort.

Wydawać by się mogło, iż z racji turystycznego znaczenia najwyższe góry Śląska powinny stać się miejscem promowania wyrobów regionalnych, lecz, jak można wnioskować na podstawie dostępnych źródeł, pozycja innych słodkich artykułów o od dawna ugruntowanej renomie nie pozwoliła wypromować się bombie legnickiej w Karkonoszach do 1914 r. Przykładem może być piekarnia

<sup>53</sup> *Honigkuchen*, „Der Bote aus dem Riesengebirge”, nr 293 z 14 XII 1912.

<sup>54</sup> *Empfehle mein reichhaltiger Lager*, „Warmbrunner Nachrichten”, nr 195 z 14 XII 1909.

<sup>55</sup> *Das baste Weihnachtsgeschenk*, „Der Bote aus dem Riesengebirge”, nr 293 z 14 XII 1912.

<sup>56</sup> *Hirschberger Baumkuchen-Spezial-Fabrik*, *ibidem*, nr 294 z 15 XII 1912.

drezdeńska Oskara Lehmana z Cieplic-Zdroju, w witrynie której pierwszą pozycję zajmowała sławna drezdeńska strucla bożonarodzeniowa (*Dresdner Christstollen*), a za śląski akcent w jej ofercie uznać można co najwyżej struclę makową<sup>57</sup>. Rozumiana przez pryzmat regionalnych marek i wyrobów śląskość była oczywiście obecna w Karkonoszach, co doskonale ilustruje nazwa zakładu cukierniczego „Schlesisches Schokoladenhaus”, oferującego na święta przede wszystkim czekoladowe ozdoby choinkowe<sup>58</sup>, a także powszechnie obecna w karkonoskiej gastronomii co najmniej od końca pierwszej połowy XIX w. kielbaska jaworska. O ile jednak trudno znaleźć wśród wyrobów czekoladowych te tradycyjnie śląskie – zwłaszcza w Karkonoszach – o tyle zastanawiające są pod szczytami śląskiej ziemi trudności w promocji legnickiego specjału. Przykładem w tej materii jest sławna cieplicka piekarnia biszkoptów Warmbrunner Biskuitfabrik „Ceres”, która do wybuchu pierwszej wojny światowej wypiekała i reklamowała wiele znanych piernikowych marek, jak bazylejskie, norymberskie, toruńskie czy magdeburskie, anonsując je nawet jako „naszej światowej sławy specjały”<sup>59</sup>, a której właściciele nie zdecydowali się jednak na produkcję bomby legnickiej.

Jak obrazuje to powyższy przegląd premiery bomby legnickiej w miastach całego Śląska – w granicach którego znajdowała się też Zielona Góra, a więc część współczesnego województwa lubuskiego – od 1884 r. do wybuchu pierwszej wojny światowej piernik był znany w całym regionie, przy czym z powodu deficytów źródłowych niewiele można powiedzieć w tej kwestii w odniesieniu do Kotliny Kłodzkiej. Uwagę zwraca fakt, że bomba nie przyjęła się w dużej części ziemi opolskiej. Pojawianie się jej w Łądku-Zdroju może sugerować jedynie, iż tak w Kłodzku, jak zwłaszcza w miejscowościach uzdrowiskowych kotliny, była polecana stosunkowo późno. Pierwsza fala ekspansji *Liegnitzer Bombe* była związana bezpośrednio z działalnością rodziny Müllerów, którzy kontraktowali jej sprzedaż u kolegów po fachu, m.in. w Głogowie (1884), Lubaniu (1885) i Wrocławiu (1886). Poszukiwali zapewne nie tylko możliwości dodatkowego zysku, ale przede wszystkim stawali w szranki ze znanymi w nadodrzańskiej krainie markami pierników niemieckich. Jednak ani Carl junior, ani też Hermann i Eduard, nie podejmowali żadnych działań promocyjnych, tak w Legnicy, jak i w miastach, do których sprzedawali swoją bombę w czasach, kiedy ich działania tworzyły podstawy jej ponadlokalnej renomy. Na rodzimym podwórku

<sup>57</sup> *Dresdner Bäckerei*, *ibidem*, nr 296 z 17 XII 1912.

<sup>58</sup> *Christbaumbehang kauft man nur*, *ibidem*, nr 292 z 13 XII 1912.

<sup>59</sup> *Weihnachts-Ausstellung unserer weltbekanntesten Spezialitäten*, „Warmbrunner Nachrichten”, nr 194 z 12 XII 1909.

codzienną obecność medialną w miejscowej prasie opierali na reklamach firmy Stollwerck, a później Moser, samodzielnie informujących o dostępności swoich artykułów nad Kaczawą. Z kolei tam, gdzie bomba docierała i była oferowana, ich nazwisko pojawiało się w anonsach jako gwarant oryginalności pierniczków, tworząc podstawy marki nazwiska z jednej strony, z drugiej zaś wpisując Legnicę w poczet piernikowych miast Niemiec.

## Zmierzch Müllerów

Wydaje się, że początek lat dziewięćdziesiątych XIX w. rysował przed braćmi Müller perspektywę kresu działalności zawodowej i konieczności szukania następców, którzy przejęliby firmę. Źródła nie przybliżają obrazu i dziejów ich rodzin, jednak, jak wynika z zapisów w książkach adresowych, do sukcesji szykowani byli dwaj młodszy Müllerowie, z których Martin może być synem Hermanna, a Eduard junior synem Eduarda. Obaj pojawiają się na kartach historii w 1896 r., przy czym pierwszy był *Conditorem*, a drugi kupcem (*Kaufmann*) z wykształcenia<sup>60</sup>. Rok później twórca bomby legnickiej przeszedł na emeryturę<sup>61</sup>, a w 1899 r. Eduard junior zmarł nagle przed ukończeniem 35 roku życia. W nekrologu został określony jako „właściciel cukierni”<sup>62</sup>, czego nie wzmiankuje książka adresowa z tego roku. To samo źródło notuje w 1901 r. Martina Müllera jako właściciela cukierni przy Frauenstrasse 64<sup>63</sup>, przy czym fakt objęcia przez niego sterów firmy nie był anonsowany w prasie legnickiej, a brak rocznika 1900 *Adressbucha* nie pozwala na ustalenie dokładnej daty jej przejęcia. W tym samym roczniku Hermann Müller został wymieniony jako emeryt, ale już rok później ponownie figuruje jako cukiernik<sup>64</sup>, co przy ogólnej nieprecyzyjności legnickich książek adresowych wskazuje wyraźnie, że po śmierci Eduarda juniora i przekazaniu pełnej własności cukierni Martinowi, najstarszy w rodzinie postanowił dość szybko wspomóc zakład swoim doświadczeniem – jak się okazało, aż na kilka lat. Hermann pozostał bowiem aktywny

<sup>60</sup> *Alphabetisch geordnetes Namen-Verzeichniß der selbständigen Einwohner*, „Liegnitzer Adressbuch für das Jahr 1896”, Liegnitz 1896, s. 85–86.

<sup>61</sup> *Alphabetisch geordnetes Namen-Verzeichniß der selbständigen Einwohner*, „Liegnitzer Adressbuch für das Jahr 1876”, Liegnitz 1876, s. 87.

<sup>62</sup> *Es hat Gott dem Herrn gefallen*, „Liegnitzer Tageblatt”, nr 28 z 2 II 1899.

<sup>63</sup> *Alphabetisch geordnetes Namen-Verzeichniß der selbständigen Einwohner*, „Liegnitzer Adressbuch für das Jahr 1901”, Liegnitz 1901, s. 99.

<sup>64</sup> *Alphabetisch geordnetes Namen-Verzeichniß der selbständigen Einwohner*, „Liegnitzer Adressbuch für das Jahr 1902”, Liegnitz 1902, s. 100.

zawodowo do 1905 r.<sup>65</sup> – a więc do 83 roku życia (*sic!*). Jego syn do wybuchu pierwszej wojny światowej nie podejmował żadnych działań medialnych, które, znajdując miejsce w prasie codziennej, odsłaniałyby szerzej obraz działalności firmy ponad ofertę anonsowaną przed świętami Bożego Narodzenia. Z zapisów w księgach adresowych wynika, iż przez czas pozostawania cukierni w rękach Martina (do 1921 r.) nikt inny z rodziny Eduarda seniora nie podejmował w niej zatrudnienia. Zupełny brak innych źródeł nie pozwala na przybliżenie jakiegokolwiek szczegółu z dziejów całej rodziny, wiadomo zaś, iż do 1914 r. Martin Müller nie brał udziału na żadnej wystawie rzemiosła ani targach branżowych organizowanych na Śląsku i nie prezentował na nich swoich wyrobów.

Nie są znane żadne szczegóły z dziejów firmy podczas pierwszej wojny światowej, bowiem nie anonsowała się w prasie. Po wojnie Martin wypromował w sferze medialnej logo firmy, o czym zdaje się zapomnieli jego ojciec i stryj. Przypominało kształtem okrągłe ciasteczko, w otok którego wpisano: „Gebr. Müller Erfinder echten EDEL Liegnitzer Bomben”<sup>66</sup>. Z treści zamieszczonej pośrodku znaku firmowego dowiadujemy się, iż „szlachetne bomby legnickie” stały się marką zastrzeżoną, przy czym nie wiemy, kiedy dokładnie to się stało ani co było tego przyczyną, a możemy domyślać się jedynie, że specjal znajdował coraz większe zainteresowanie innych legnickich cukierników, którzy nie anonsowali faktu wypiekania specjału. Bez wątplenia ten zabieg prawny – przy czym ślad bomby legnickiej nie został odnaleziony w niemieckim urzędzie patentowym – i ustanowienie wśród bomb tej jedynej „szlachetnej” (*edel*), wskazuje wyraźnie na określenie przynależności marki do nazwiska<sup>67</sup>. Hermann Müller zmarł 5 września 1906 r. w wieku 84 lat<sup>68</sup>, a Eduard senior 4 września 1914 r. mając tyle samo lat<sup>69</sup>. Tytuły prasy legnickiej nie odnotowały odejścia braci jakimkolwiek, nawet małym artykułem, co z jednej strony można zrzucić na ich wygasłą aktywność zawodową, lecz z drugiej na specyfikę pracy redakcji miejscowych gazet, daleko odmienną od wrocławskich, poświęcających z reguły sporo miejsca wydarzeniom związanym z nazwiskami znanych w mieście osobistości, w tym także z branży cukierniczej czy gastronomicznej.

W 1921 r. firma „Gebrüder Müller” przeszła w ręce Paula Fiedlera<sup>70</sup> – niedziałającego wcześniej zawodowo w Legnicy – który prowadził ją do wybuchu

<sup>65</sup> *Alphabetisch geordnetes Namen-Verzeichniß der selbständigen Einwohner*, „Liegnitzer Adressbuch für das Jahr 1905, Liegnitz 1905, s. 111.

<sup>66</sup> *Gebr. Müller's Edel-Bomben*, „Liegnitzer Tageblatt”, nr 292 z 12 XII 1920.

<sup>67</sup> *Fabrikieren und empfehlen täglich Edel-Bomben*, *ibidem*, nr 292 z 12 XII 1920.

<sup>68</sup> *Es hat Gott dem Herrn gefallen*, „Liegnitzer Zeitung”, nr 208 z 6 IX 1906.

<sup>69</sup> *Statt besonderer Anzeige*, *ibidem*, nr 209 z 6 IX 1914.

<sup>70</sup> *Konditoreien*, „Liegnitzer Stadtbuch (Adressbuch) 1921”, Liegnitz 1921, s. 239.

drugiej wojny światowej, wykorzystując na rynku legendarność „wynalazców” *Liegnitzer Bombe*. I w tym przypadku niewiele można powiedzieć o losach zakładu cukierniczego przy Frauenstrasse 64 ponad jego obecność w reklamach przed świętami Bożego Narodzenia w tytułach miejscowej prasy, której źródłowa rola w temacie traci na znaczeniu z każdym rocznikiem po 1928 r. Z ich treści wiadomo jedynie, iż w latach dwudziestych ubiegłego wieku Fiedler rozwinął sprzedaż wysyłkową wraz z dostawą pod wskazany adres w granicach miasta i okolicznych wsi w skali dotąd nieznannej w branży cukierniczej Legnicy. Stąd tak ważny stał się w jego reklamach numer telefonu cukierni (1580), a auto dostawcze (*Liefer-Auto*) weszło na stałe w treść anonsów prasowych, stając się wizytówką firmy. Sukcesor braci Müllerów wypromował w latach dwudziestych ciasto *Bombensplitter*, a w 1928 r. w jego ofercie znalazł się chleb czterofuntowy, sprzedawany pod marką „Müller-Brot”<sup>71</sup>, co może wskazywać na próbę powiększenia klienteli. Nie wiadomo, jak długo go oferował, gdyż w kolejnych latach nie był już anonsowany. W większości jednak, oprócz bomby legnickiej, oferował te artykuły cukiernicze, na które utrzymywał się popyt w mieście, a więc przede wszystkim ciasta, ciastka, cukierki, czekoladki i torty na co dzień oraz pierniki i marcepany przedświąteczną porą. Nie oferował lodów. W 1924 r. otworzył w cukierni kawiarnię (*Café*)<sup>72</sup>, lecz jej działalność nie jest bliżej znana w kolejnych latach ponad fakt wymieniana w anonsach prasowych. W sferze reklamy Fiedler polegał na stosunkowo małych, często powtarzanych anonsach różnej treści, ograniczając się zwykle do czasu adwentu. Przykładem jest kampania reklamowa z 1928 r., w której znajdujemy aż trzy rodzaje anonsów, przy czym uwagę zwraca fakt, iż w jednym numerze gazety pojawiały się nawet dwa ogłoszenia, jednak nie każde dotyczyło bomby<sup>73</sup>. Lata trzydzieste ubiegłego wieku to zupełna cisza medialna zakładu „Gebrüder Müller” w prasie codziennej, co uniemożliwia przybliżenie jego działalności w tym czasie. Jedynym śladem źródłowym jego aktywności jest reportaż radiowy z 1934 r., o którym będzie jeszcze mowa.

<sup>71</sup> *Kauft das gute 4 Pfund Müller-Brot*, „*Liegnitzer Tageblatt*”, nr 222 z 20 IX 1928.

<sup>72</sup> *Täglich frische Anfertigung*, *ibidem*, nr 291 z 11 XII 1924.

<sup>73</sup> *Soll echt die Liegnitzer Bomben sein*, *ibidem*, nr 283 z 1 XII 1928; *Für den Nikolaus alle Süßigkeiten*, *ibidem*, nr 283 z 1 XII 1928; *Seit 1853 liefern Honigkuchen und Marzipan*, *ibidem*, nr 287 z 6 XII 1928; *Für den Nikolaus alle Süßigkeiten*, *ibidem*, nr 287 z 6 XII 1928.

## Epoka Meyenburga

Lata osiemdziesiąte XIX w. przyniosły pierwsze oznaki tworzenia się renomy bomby legnickiej poza Legnicą, co było wyłączną domeną rodziny Müllerów. Być może ten ledwie zauważalny sukces kształtował wśród legniczan przekonanie o renomie rodzimego specjału dorównującej znanym od dawna markom pierników, a więc norymberskim, acheńskim, bazylejskim czy toruńskim. Brak źródeł nie pozwala na szersze podjęcie tego zagadnienia, zwłaszcza w odniesieniu do samej Legnicy – wiadomo jedynie, iż bomba nie była oferowana w tym czasie przez *Conditorów* poza Śląskiem. Niemniej oddziaływała ponadlokalnie na cukierników jako nowy rodzaj słodkiego wyrobu, który stanowił o trendzie w branży. Nie jest wykluczone, że w tym czasie była dostępna w większej liczbie miast jako piernik wypiekany przez tamtejszych cukierników, jednak deficyty źródłowe nie pozwalają na ustalenie tych faktów, co było już sygnalizowane.

Zapewne te czynniki nie pozostawały bez znaczenia dla Franza Meyenburga, który 18 sierpnia 1890 r. – niemal tydzień po pierwotnie planowanej dacie – otworzył swój zakład cukierniczy przy Louisenstrasse (dziś ul. Adama Mickiewicza) i sklep przy Frauenstrasse 28, rozpoczynając wypiek bomb legnickich<sup>74</sup>, które reklamował jako „bardzo wilgotne” (*safreich*)<sup>75</sup>. Jak można sądzić, zupełnie wówczas nowa cecha stała się na lata atrybutem wyróżniającym bomby Meyenburga nie tylko w reklamach prasowych. Polecał on też cukierki śmietankowe, nadziewane i w polewie czekoladowej, ciasta deserowe, wyroby czekoladowe, herbatniki aromatyzowane wanilią lub syropem pomarańczowym oraz pasty owocowe. Jak wynika z zapisów w książkach adresowych, Meyenburg był wcześniej przez kilka lat kupcem w bliżej nieokreślonej branży (nie reklamował się w prasie codziennej). W nowej roli dał się jednak szybko poznać z dużej operatywności, by wspomnieć tylko jego puszki (*Manöverdosen*) z cukierkami odświeżającymi (*Erfrischung-Bonbons*), które anonsował obok wielu innych wyrobów przy okazji manewrów pod Legnicą 14 września 1890 r.<sup>76</sup>, dzień przed wizytą w mieście cesarza Wilhelma II z żoną. Z kolei przed świętami Bożego Narodzenia tego samego roku zasłynął z wyśmienitych tortów marcepanowych, toruńskich katarzynek, pierników bazylejskich, ciasta orzechowego, makaroników, świeżych marcepanów, delikatnych biszkoptów, czekoladowych ozdób choinkowych oraz miodowników marki „Victoria” na czele. Przy dużych zamówieniach udzielał dziesięcioprocentowego rabatu, a w cukierni część wyrobów

<sup>74</sup> *Liegnitz, den 12. August 1890. Geschäfts-Eröffnung*, „Liegnitzer Tageblatt”, nr 191 z 17 VIII 1890.

<sup>75</sup> *Frische Sahnebonbons*, *ibidem*, nr 200 z 28 VIII 1890.

<sup>76</sup> *Manöverdosen*, *ibidem*, nr 215 z 14 IX 1890.

była wyłożona w koszyczkach na ladzie do bezpłatnego spróbowania, czym wyróżniał się wśród legnickich *Conditorów*.

Specjalnością jego zakładu były jednak bomby legnickie i im poświęcał najwięcej uwagi w kolejnych latach, a od grudnia 1891 r. reklamował jako „prawdziwe” (*echt*)<sup>77</sup>, nie naruszając tym praw kogokolwiek z rodziny Müllerów, gdyż wyrób w tej postaci nie był w tym czasie zastrzeżony jako marka, a jego „prawdziwość” wynikała z miejsca pochodzenia. Można się jedynie domyślać, iż to w reakcji na ten fakt Carl Müller junior zaczął anonsować swoje jako „nagrodzone prawdziwe bomby legnickie” (*prämierten echten Liegnitzer Bomben*)<sup>78</sup>, co było jedynie nawiązaniem do nagrody jego ojca z 1880 r., którą zdobył w Legnicy. W 1892 r. bomby Meyenburga uzyskały status „ulepszonych” (*verbesserte*), co znalazło szybko uznanie w oczach jury podczas Wystawy Przemysłu i Rzemiosła w Świdnicy, na której został nagrodzony srebrnym medalem<sup>79</sup>. Rok później zdobył złoty medal na Międzynarodowej Wystawie Piekarzy i Cukierników w Moguncji, a w 1895 r. wyróżnienie na wystawie branżowej w Poznaniu. Z kolei w 1896 r. został nagrodzony – jak wynika z treści reprodukowanych w anonsach medali – na wystawach rzemiosła w Berlinie i we Wrocławiu. Zdobywane wyróżnienia były w późniejszym czasie stale obecne w jego reklamach prasowych, a w 1891 r. wprowadził do sfery medialnej logo swojej firmy, nawiązujące do drugiej części nazwiska (*Burg*), a więc front zamku w owalu z wieżą pośrodku i dwoma bocznymi basztami oraz swoimi inicjałami „F. M.” pod nim. W tym czasie poszerzał ofertę, wprowadzając do sprzedaży herbatę chińską i rosyjską, marcepany, wiele znanych wypieków, jak chociażby kószkę, a niemal każdego roku wypuszczał kolejną gamę cukierków w nowych smakach i rodzajach. Ulepszył też miodownik „Victoria” polecając go klientom jako ciasto „korzystne dla zdrowia”, czym wpisywał się w ówczesny trend marketingowy promujący zdrową żywność. Ów wypiek znalazł nawet uznanie w poczytnym poradniku zdrowotnym Friedricha Eduarda Bilza z 1896 r.<sup>80</sup>, ojca niemieckiej medycyny naturalnej i twórcy znanego do dziś napoju Sinalco. Czytamy tam: „Mieliśmy sposobność zbadać ten miodownik i aprobujemy w pełni jego działanie”. Cytat z poradnika stał się w 1897 r. natychmiast leitmotivem kampanii

<sup>77</sup> *Echt Liegnitz. Bomben, ibidem*, nr 21 z 11 XII 1891.

<sup>78</sup> *Carl Müller Ring 29 Conditorei und Honigkuchen Fabrik*, „Liegnitzer Adressbuch 1911”, Liegnitz 1911 [część reklamowa nienumerowana].

<sup>79</sup> *Prämiirungen*, „Ausstellungs-Zeitung. Industrie- und Gewerbe-Ausstellung in Schweidnitz”, nr 81 z 2 X 1892.

<sup>80</sup> F.E. Bilz, *Das neue Naturheilverfahren. Lehr- und Nachschalgebuch der Naturgemäßen Heilweise und Gesundheitspflege*, Leipzig 1896, s. 887.

reklamowej przed świętami Bożego Narodzenia<sup>81</sup>, lecz w kolejnych latach nie był już wykorzystywany. Z kolei wzrastający od lat osiemdziesiątych XIX w. popyt na wszelkiego rodzaju „pastylki przeciwkaszlowe” (*Hustenbonbons*) dał Meyenburgowi podstawy do rozwinięcia ich produkcji w wielu odmianach. W 1897 r. anonsował je w wielu smakach – miodowym, miodowo-chrzanowym, chrzanowym, słodowym, cebulowym, z prawoślazu, słođu bawarskiego, kopru włoskiego, mchu islandzkiego i babki lancetowatej, nie charakteryzując bliżej specyfiki ich działania<sup>82</sup>. Dziś może to dziwić, lecz w tamtych czasach specyfiki na kaszel znajdowały się także w domenie działalności cukierników. W ostatnich dwóch dekadach XIX w. celebryci tamtych czasów coraz prężniej popularyzowali w dużych miastach ideę vegetarianizmu, powszechnie dostępne były preparaty homeopatyczne – a nawet kawa homeopatyczna – zdrowe żywienie zaś stało się wizytówką wielu ówczesnych dietetyków publikujących poradniki, jak również firmujących różne artykuły spożywcze. Na tym tle działania marketingowe Meyenburga wpisywały się w szerszy kontekst medialny tych czasów.

Niewiele wiadomo o szczegółach działalności firmy Meyenburga, nie licząc faktu jej stałej obecności w reklamach prasowych ze świąteczną słodką ofertą, która daje jedynie ogólne pojęcie o kierunkach rozwoju produkcji i działaniach marketingowych. Legnickie dzienniki prasowe nie reagowały ani na jego sukcesy, ani rocznice działalności. Jako największy w piernikowej branży nad Kaczawą obwołał się w 1913 r. „wynałazcą prawdziwej ulepszonej bomby legnickiej”<sup>83</sup>, co było z pewnością odzwierciedleniem znaczenia i renomy nazwiska. Franz Meyenburg zmarł 31 grudnia 1917 r. po długiej i ciężkiej chorobie<sup>84</sup>. Kilka danych biograficznych o jego osobie dostarczają nekrologi prasowe, w których czytamy, że w latach 1899–1906 był radnym miejskim, członkiem kolegium magistratu w latach 1906–1914, wieloletnim członkiem partii *Liberales Vereinigung*, wieloletnim referentem i członkiem zarządu ochotniczej straży pożarnej w Legnicy, członkiem zarządu i członkiem rady nadzorczej Legnickiej Kasy Ubezpieczeń na Życie, a przez ostatnie 11 lat życia przedstawicielem parafii św. Piotra i Pawła w synodzie powiatowym i związku parafialnym Legnicy<sup>85</sup>.

<sup>81</sup> *Gesundheits-Honig-Gäbeck „Victoria”*, „Liegnitzer Tageblatt”, nr 294 z 4 XII 1897.

<sup>82</sup> *Reines Cacaopulver*, *ibidem*, nr 295 z 17 XII 1897.

<sup>83</sup> *Alphabetisch geordnetes Namen-Verzeichniß der selbständigen Einwohner*, „Liegnitzer Adressbuch 1913”, Liegnitz 1913, s. 137.

<sup>84</sup> *Am 31. Dezember 1917, 8 ½ Uhr vormittags, entschlief*, „Liegnitzer Tageblatt”, nr 1 z 1 I 1918.

<sup>85</sup> *Am 31. Dezember verschied im Alter von 61 Jahren*, *ibidem*, nr 1 z 1 I 1918; *Am 31. Januar verschied nach langeren Krankenlager*, *ibidem*, nr 1 z 1 I 1918; *Am 31. Dezember 1917 starb*, *ibidem*, nr 2 z 3 I 1918; *Durch das Ableben des Herrn Fabrikbesitzers*, *ibidem*, nr 2 z 3 I 1918; *Am 31. Dezember 1917 verstarb nach langem Leiden*, *ibidem*, nr 2 z 3 I 1918.

Po jego śmierci firma stała się własnością synów, Karla i Theodora, i została rozbudowana, jak czytamy w źródłach powstałych po drugiej wojnie światowej<sup>86</sup>, przy czym funkcję kierowniczą sprawował pierwszy z braci (o młodszym zasadniczo nic nie wiadomo). Urodzony w Legnicy w 1890 r., w latach 1908–1911 uczył się zawodu kupca we Wrocławiu, miał kształcić się także w Akademii Rycerskiej. Podczas pierwszej wojny światowej walczył pod Verdun, w Rosji i w Rumunii, gdzie został ranny. Powrócił z frontu i już w 1919 r. oferował przed świętami Bożego Narodzenia bogatą gamę słodkich wyrobów, anonując się wielokrotnie w prasie. Pośród nowych artykułów znalazła się także kawa<sup>87</sup>, lecz reklamowana była tylko raz, co nie pozwala określić, czy przyjęła się nad Kaczawą i na jak długo, czy też była nieudaną próbą wypromowania nowego produktu w ofercie. Biorąc jednak pod uwagę nakłady z tym związane, a więc przede wszystkim zakup palarki do kawy, wydaje się, że Karl nie mógł z niej tak szybko zrezygnować. W drugim wariantcie – mając na względzie stworzenie własnej marki – wydaje się mało prawdopodobne, aby zlecał palenie kawy komuś innemu. Przed rokiem 1926 drogi braci rozeszły się – Karl przejął fabrykę na własność, a Theodor działał samodzielnie w handlu. W 1936 r. „Zuckerwarenfabrik Meyenburg” została odnotowana w książce adresowej przemysłu i rzemiosła Śląska<sup>88</sup>, co pozwala sądzić, iż marka wyrobów posiadała w regionie o wiele większą renomę od zakładu „Gebrüder Müller”, nieobecnego w tym źródle.

## Niuanse renomy

Kolejną kwestią dotyczącą bomby legnickiej i jej miejsca w sferze szeroko pojętej kultury jest proces przenikania pierniczka znad Kaczawy w obszar piśmiennictwa dotyczącego tak samej Legnicy, jak i regionu, ale też kulinariów, nie tylko w regionalnej skali. W tym świetle uwypukla się przede wszystkim własna tożsamość, ale też wpływ bomby – lub jego brak, gdyż źródła nie dają pełnej odpowiedzi na problem skali mentalnej – na tożsamość legniczan, a w bardziej rozległym wymiarze na mieszkańców nadodrzańskiej krainy. Gdy w 1890 r. gościł w mieście cesarz Wilhelm II wraz z małżonką Augustą Wiktorią, bomba nie znalazła miejsca na żadnym z bankietów powitalnych zorganizowanych

<sup>86</sup> *Bomben-Meyenburg*, „Liegnitzer Heimatbrief”, nr 12 z 1960, s. 143.

<sup>87</sup> *Für den Weihnachtstisch!*, „Liegnitzer Tageblatt”, nr 286 z 7 III 1919.

<sup>88</sup> *Schlesien. Bodenschätze und Industrie Waren- und Firmenkundliches Handbuch. Das Schlesische Industrie-Adreßbuch*, Breslau 1936, s. 834.

z tej okazji przez władze miasta<sup>89</sup> ani na uroczystym obiedzie wydanym przez monarchę na zamku dla zaproszonych przedstawicieli władz miasta, prowincji i wojska. W menu znalazły się zupa z kuropatwy, sandacz z prawdziwkami, polędwica wołowa w warzywach, kurczak alzacki z ryżem, pasztet z gęsiich wątróbek, comber sarni z owocami i kompotem, karczochy ze szpikiem, krojony ananas, paluchy serowe, lody i deser<sup>90</sup>. Wskazywać to może, iż pierniczek Müllerów nie grał jeszcze wówczas roli słodkiej wizytówki miasta, toteż cesarscy kucharze nie znający wypieku nie uhonorowali jego własną kreacją gospodarzy cesarskiej wizyty.

Zarysowany wcześniej chronologiczny przebieg wchodzenia *Liegnitzer Bombe* do oferty *Conditorów* miast i miasteczek całego Śląska wskazuje z jednej strony na znajomość trendów cukierniczych przedstawicieli branży, z drugiej zaś na kształtujący się z różnym natężeniem popyt będący miernikiem popularności. Nie można też pominąć zagadnienia będącego dotąd na uboczu wszelkich rozważań, jakim była podaż wyrobu, warunkowana możliwościami technicznymi zakładów cukierniczych i ceną uwzględniającą koszty, w tym nakład pracy i wartość składników ciasta. Nie mniej istotny wydaje się fakt, iż dość długo bomba legnicka była wypiekiem wyłącznie cukierniczym, dostępnym w czasie adwentu, nie przenikając do domowych pieców, na co wskazywać może jej nieobecność w książkach kucharskich ogłaszanych drukiem. Potwierdzeniem omawianego stanu rzeczy niech będzie brak *Liegnitzer Bombe* w siódmym wydaniu opracowania kuchni śląskiej pióra Henrietty Pelz z 1894 r.<sup>91</sup>, dzieła na wskroś mieszczańskiego w sensie kultury kulinarnej stołu, tytułu bardzo popularnego nad Odrą, będącego odzwierciedleniem panujących trendów, czasu świąt Bożego Narodzenia nie wyłączając. Jest to tym bardziej zastanawiające, że niemal każde poprzednie wydanie tej książki, w drugiej połowie XIX w. jedyne *Kochbuchu* wydawanego ze Śląskiem w tytule, uwzględniało wiele trendów kulinarnych obrazujących zmiany na mieszczańskich stołach, asymilujących dość szybko wszelkie ważniejsze nowości kulinarne czasów *belle époque*. Być może w tym czasie bomba legnicka nie mieściła się jeszcze w kategoriach *haute cuisine* (kuchni wysokiej), symbolem której był reformator kuchni francuskiej Auguste Escoffier, postać znana i ceniona w branży gastronomicznej między Lizboną, Oslo, Londynem i Moskwą, a którego kuchnia francuska w nowym wydaniu kształtowała trendy smaku w kartach dań całej Europy, przenikając

<sup>89</sup> *Parade-Diner im königlichen Schloß*, „Liegnitzer Tageblatt”, nr 216 z 16 IX 1890; *Das städtische Fest in Schießhause*, *ibidem*, nr 216 z 16 IX 1890.

<sup>90</sup> *Mittagstafel bei Sr. Maj. Dem Kaiser*, *ibidem*, nr 218 z 18 IX 1890.

<sup>91</sup> H. Pelz, *Schlesisches Kochbuch für bürgerliche Haushaltung*, Breslau 1894.

też do książek kucharskich, niezależnie od nacji. Być może gdyby nie pierwsza wojna światowa – będąca w dziejach gastronomii i kulinariów Starego Kontynentu cezurą graniczną, kończącą bezwarunkową fascynację kuchnią francuską – *Liegnitzer Bombe* miałyby szansę na bardziej znaczące zaistnienie. Że tak się nie stało, świadczy jej nieobecność w jedenastym wydaniu dzieła Henrietty Pelz z 1921 r., w którym znajdujemy znany i ceniony w regionie wspomniany już śląski specjał *Warmbrunner Gebäck*<sup>92</sup>.

Pierniczek znad Kaczawy nie znalazł się również w *Liegnitzer Kochbuch* z 1900 r.<sup>93</sup>, wydawnictwie o tej samej treści edytowanym na przełomie stuleci pod egidą wielu miast niemieckich<sup>94</sup>, będącym odpowiedzią na duże zapotrzebowanie rynku na książki kucharskie współczesne treściowo panującym trendom kulinarnym między Odrą a Renem. Jak można przypuszczać, wina leżała po stronie miejscowego wydawcy, który przyjmując materiał do druku nie zważał zupełnie na legnicki specjał, ciesząc się już co najmniej regionalnym uznaniem i renomą przekraczającą granice Śląska, choć w bardzo ograniczonym geograficznie wymiarze. W tym czasie *Liegnitzer Bombe* została wymieniona po raz pierwszy w szóstym wydaniu *Universal-Lexikon der Kochkunst* z 1897 r.<sup>95</sup>, dzieła o ponadpokowym znaczeniu, opisującym blisko trzy tysiące specjałów kulinarnych, reprezentujących nie tylko kuchnię niemiecką i europejską, ale też amerykańską i azjatycką (*sic!*). Było to jedno z pierwszych tego rodzaju wydawnictw europejskich, a z pewnością największe w swoich czasach pod kątem objętości. Miejsce w cytowanym tytule świadczyło niewątpliwie o wzrastającej z końcem XIX w. renomie *Liegnitzer Bombe* poza granicami nadodrzańskiej krainy, przy czym odnotować należy, iż pierniczek znalazł się tylko w dołączonej po raz pierwszy do dwutomowego wydawnictwa „Mapie gastronomicznej Niemiec” (*Gastronomische Karte von Deutschland*) na końcu tomu pierwszego, edytowanej zresztą tylko raz jeden w 1897 r. Nie umniejsza to znaczenia legnickiego specjału, lecz nieobecność w treści dzieła zastanawia, a pytanie o powody pozostaje bez odpowiedzi. Ograniczony zasięg renomy legnickiego specjału na przełomie stuleci odzwierciedla z kolei jego brak w trzecim, uzupełnionym wydaniu biblii cukierników Carla Krackharta z 1898 r.<sup>96</sup>, która w krajach niemieckojęzycznych jeszcze po pierwszej wojnie światowej była podstawowym

<sup>92</sup> *Idem, Schlesisches Kochbuch für bürgerliche Haushaltung*, Breslau 1921.

<sup>93</sup> *Liegnitzer Koch-Buch. Die besten Recepte für den bürgerlichen Mittagstisch*, Liegnitz [1900].

<sup>94</sup> Przykładem: *Brieger Koch-Buch Die besten Recepte für den bürgerlichen Mittagstisch*, Brieg [1900].

<sup>95</sup> *Gastronomische Karte von Deutschland [w:] Universal-Lexikon der Kochkunst*, Leipzig 1897 [wkładka na końcu tomu pierwszego].

<sup>96</sup> C. Krackhart, *Neues Illustriertes Conditorei-Buch*, München 1898.

podręcznikiem fachowym w branży. Nie znajdujemy go również w wielu mniej eksponowanych tytułach fachowych wydawanych w tym czasie.

Kwestia przenikania bomby legnickiej poza granice Śląska, tak w czasach, gdy tworzyła się jej regionalna marka, jak i później, jest dobrze widoczna z perspektywy Berlina. Gdy w latach osiemdziesiątych XIX w. piernik w czekoladzie braci Müllerów zdobywał kolejne miasta nadodrzańskiej krainy, wpisując się w treści reklam do kanonu bożonarodzeniowych korzennych wypieków, mieszkańcy stolicy Niemiec nie znajdowali jej w ofercie tamtejszych cukierników. Podobnie sukcesy Franza Meyenburga na wielu wystawach nie dały podstaw do zaistnienia bomby nad Szprewą. Zresztą on sam nie podejmował takich działań, w przeciwieństwie do Franza Springera, który anonsował w tym czasie w prasie berlińskiej swoje sławne *Neisser Konfekt*<sup>97</sup>. Jak ważnym rynkiem dla pierników był Berlin, świadczy chociażby obecność Gustava Weese, anonsującego się jako ich „najstarszy toruński producent”<sup>98</sup>. Na przełomie XIX i XX w. marką pierników znad Odry dla berlińczyków był wciąż *Schlesische Bauerbissen*, polecany w „Cukierni Śląskiej” (*Schlesische Conditorei*) przez Eduarda Ehrenhausa obok strucli makowej<sup>99</sup>. W ofercie sklepów delikatesowych dostępny był nawet *Warmbrunner Gebäck*<sup>100</sup>, a bomba legnicka nie pojawia się do wybuchu pierwszej wojny światowej w anonsach berlińskiej prasy codziennej. Nie można oczywiście wykluczyć, że wypiekali ją choćby cukiernicy o śląskich korzeniach działający nad Szprewą, lecz nieobecność w sferze medialnej nie pozwalała na wykreowanie marki bomby legnickiej w stolicy Niemiec, jak to było choćby w przypadku toruńskich katarzynek.

Wymienione wyżej dwie książki kucharskie, odnoszące się do kuchni mieszczkańskiej Śląska przełomu XIX i XX w., nie są jedynym przykładem nieobecności bomby legnickiej w szeroko pojętym piśmiennictwie współczesnym do czasu zdobycia przez nią co najmniej regionalnej renomy. Jednym z trafniejszych źródeł ilustrujących ten stan rzeczy jest pismo o społeczno-historyczno-literackim profilu „Der gemittliche Schlesinger”, wydawane w Świdnicy od 1887 r., skierowane przede wszystkim do stanu średniego i wyższego. W 1901 r. ukazał się w nim artykuł poświęcony Legnicy, nie zwracający jednak uwagi na legnickie

<sup>97</sup> Franz Springer's *Neisser Konfekt*, „Berliner Tageblatt und Handels-Zeitung”, nr 633 z 12 XII 1896.

<sup>98</sup> Gustav Weese Thorn, *ibidem*, nr 617 z 5 XII 1897; *Thorner Honigkuchen*, *ibidem*, nr 623 z 10 XII 1899. Obszerniej o rodzinie Weese: J. Kucharzewska, *Historia rodziny Weese – fabrykantów toruńskich pierników – i jej inwestycje budowlane w Toruniu*, Toruń 2017.

<sup>99</sup> *Zum Weihnachtsfeste*, „Berliner Tageblatt und Handels-Zeitung”, nr 641 z 17 XII 1899.

<sup>100</sup> *Honig-Kuchen*, *ibidem*, nr 634 z 14 XII 1901.

specjały (kiszzone ogórki, wina owocowe i bomba)<sup>101</sup>. Trudno o tym dyskutować, niemniej można się domyślać, że jako specjał cukierniczy, zdobiący w tym czasie stoły bożonarodzeniowe dużej części Śląska, nie znalazł odzwierciedlenia w stanie wiedzy piszącego, ewentualnie został świadomie przemilczany przez autora, choć objętość tekstu nie wskazuje, by miał jakiegokolwiek powody ograniczać się w przekazie. Być może nadkaczawski specjał był w oczach piszącego wciąż *novum* na rynku świątecznych wypieków, produkt o nieunormowanej renomie, niezależnie od cytowanych anonsów prasowych, a co za tym idzie sam wypiek nie zasługiwał w jego opinii na wspomnienie. Pewnym punktem odniesienia może być trzynomowe opracowanie historii nadodrzańskiej krainy pióra Franza Schrollera<sup>102</sup>, wydane w czasie początków ekspansji legnickiego specjału nad Odrą, traktujące bardzo szeroko o sprawach kulinarnych, kulturowych i obyczajowych, w którym nieobecność słodkiego wypieku znad Kaczawy wskazuje, jak nawet początkowy rozgłos trafiał z dużym opóźnieniem na karty książek kształtujących ogląd regionu nie tylko w historycznej perspektywie.

Cztery lata później na łamach „Der gemittliche Schlesinger” ukazał się artykuł Hermanna Baucha, poety tworzącego w dialekcie śląskim, autora m.in. wiersza poświęconego sławnej śląskiej drożdżówce z kruszonką zatytułowanego *Sträselkucha*. Był to wypiek bliski podniebieniu cesarza Wilhelma II, o czym sam utwór również traktuje<sup>103</sup>. Artykuł przywołuje znane specjały nadodrzańskiej krainy, nazwane pieszczotliwe *Fressalien*, wymienia takie specjały jak kiełbaska jaworska (*Jauersche Broatwurscht*), kiełbaska z Chełmska Śląskiego (*Schömberger Werschtle*), cieplickie ciasteczka maślane (*Warmbrunner Gebäck*), wino zielonogórskie (*Grünberger Wein*), sławny śląski piernik wiejski (*schlesisch Pauerbissa*), śląska golonka (*Schläsche Eisbeene*), a zwłaszcza śląskie niebo w gębie (*Schläsches Himmelreich*)<sup>104</sup>. Nieobecność *Liegnitzer Bombe* w tym zestawie śląskich specjałów zastanawia, a jeszcze bardziej jej absencja w innym sławnym wierszu tego autora, *Schläsche Frassante*<sup>105</sup>, w którym, prócz kilku wymienionych wyżej specjałów, znalazło się miejsce także dla kluski makowej, kawioru śląskiego, twarogu kminkowego czy nawet wrocławskiej wódki żytniej, popularnej na

<sup>101</sup> O. Kobel, *Liegnitz*, „Der gemittliche Schläsinger. Illustrierter Kalender für die Provinz Schlesien” 1901, s. 100–105.

<sup>102</sup> F. Schroller, *Schlesien. Eine Schilderung des Schlesierlandes*, Glogau 1885–1889.

<sup>103</sup> H. Bauch, *Sträselkucha*, „Der gemittliche Schläsinger. Illustrierter Kalender für die Provinz Schlesien” 1910, s. 81.

<sup>104</sup> *Idem*, *Huch de Schläsing*, „Der gemittliche Schläsinger. Illustrierter Kalender für die Provinz Schlesien” 1905, s. 58–59.

<sup>105</sup> *Idem*, *Schläsche Frassante*, „Der gemittliche Schläsinger. Illustrierter Kalender für die Provinz Schlesien” 1925, s. 32.

śląskich stołach, nazywanej potocznie *Korn* w znaczeniu „likier żytni”. Należy zauważyć, iż do wybuchu I wojny światowej – jak i później – bomba legnicka nie przeniknęła na karty literatury pięknej, jak to było choćby w przypadku kielbaski jaworskiej, która z uwagi na swoją powszechnie znaną jakość i znaczenie na stołach całych Niemiec stała się nawet tematem powiedzenia: „Chwali go (ją) jak kielbaski jaworskie”<sup>106</sup>. Nie była też przedmiotem zachwyty znanych pisarzy śląskiej ziemi, by wspomnieć tylko zmarłego w 1880 r. Karla von Holteia i jego słowa o najsławniejszym nad Odrą wypieku: „Której to śląskiej duszy nie wzruszyłaby do głębi myśl o drożdżówce z kruszonką, symbolu naszej ojczyzny”<sup>107</sup>.

Pierwszym wydawnictwem kulinarnym, w którym został podany przepis na bombę legnicką, była książka Marii Wurst z 1911 r., związanej z Opolem przedsiębiorczej kobiety prowadzącej szkołę gospodyń<sup>108</sup>. Polecała ona wypiek w oryginalnym jeszcze wydaniu z użyciem glazury czekoladowej. Na rodzimym gruncie nie wspominał jednak o bombie wydany w 1907 r. przewodnik po mieście<sup>109</sup>, wznowiony w 1912 r., a brak w nim promocji miejscowego specjału może świadczyć, iż w tym czasie piernik nie był jeszcze wpisany aż tak głęboko w miejscową tożsamość, traktowany bardziej jako renomowany wypiek świąteczny legnickich *Conditorów*, obecny nie tylko nad Kaczawą, choć wydana w 1905 r. pocztówka sylwestrowa, na której piernikarz strzela na wiwat bombami legnickimi różnej wielkości, daje pewne pojęcie o wzrastającej lub w miarę już ugruntowanej pozycji i znaczeniu w szeroko pojętej kulturze miejskiej. Brak innych źródeł nie pozwala na obszerniejsze omówienie tego zagadnienia. Podobnie przed wybuchem Wielkiej Wojny bomba nie pojawiła się w innych wydawnictwach kulinarnych, co nie daje możliwości analizy procesu jej przenikania w obszar kuchni domowej. Nie sposób widzieć w tej perspektywie w legnickim specjale słodką figurę w kanonie śląskich wypieków, jak można by błędnie sądzić na podstawie ogłoszeń reklamowych w prasie śląskiej. Dzieła młodszego z braci Müllerów – Eduarda – nie znajdujemy także w pierwszym wydawnictwie popularnym o Legnicy pióra Bruno Clemenza opublikowanym w 1911 r.<sup>110</sup> ani w książce jego autorstwa edytowanej dwa lata

<sup>106</sup> K.F.W. Bander, *Deutsches Sprichwörter-Lexikon. Ein Hausschatz für das deutsche Volk*, t. 3, Leipzig 1873, s. 211.

<sup>107</sup> K. Holtei, *Briefe aus und nach Grafenort*, Altona 1841, s. 145.

<sup>108</sup> M. Wurst, *Kochbuch für Schule und Haus*, Zalenze 1911, s. 120.

<sup>109</sup> *Liegnitz. Ein Führer für Fremde und Einheimische. Mit einem Plane der Stadt*, Liegnitz 1907.

<sup>110</sup> B. Clemenz, *Liegnitz und die Liegnitzer Landschaft. Ein modernes Städte- und Landschaftsbuch für jung und alt*, Liegnitz [1911].

po zakończeniu pierwszej wojny światowej, a przeznaczonej do zajęć szkolnych o tematyce regionalnej<sup>111</sup>.

Specjał znad Kaczawy jest zupełnie nieobecny w opracowaniach popularnych dotyczących Śląska wydawanych po pierwszej wojnie światowej, a funkcję wizytówki miasta pełnią w nich z reguły ogórki kiszzone. Przykładem może być opracowanie pod redakcją Wilhelma Müllera-Rüdersdorfa z 1922 r., w którym została przypisana im „światowa sława”<sup>112</sup>. *Liegnitzer Bombe* nie znalazła się też pośród wypieków promujących nadodrzańską krainę na wystawie branżowej piekarzy, zorganizowanej w Lipsku w tym samym roku, na której symbolem pieców regionu była śląska drożdżówka z kruszonką (*Schläscha Sträselkucha*)<sup>113</sup>, będąca skądinąd w wielu rodzinach tradycyjnym wypiekiem bożonarodzeniowym. W wydanym przez legnicki magistrat opracowaniu popularnym z 1925 r., poświęconym krainie nad Kaczawą (Legnica, Złotoryja, Świerzawa), znajdujemy zaś informację, że obok ogórków „bomby legnickie rozśławiły daleko imię miasta”<sup>114</sup>. W przypadku tego przekazu trudno mówić o jakimś szczególnym fakcie historycznym, który mógłby to potwierdzić. Naznaczone głębokim kryzysem lata po pierwszej wojnie światowej odcisnęły się w wielu, zwłaszcza mniejszych śląskich miastach, spadkiem poziomu oferty cukierników przedświąteczną porą, a co za tym idzie, sama bomba nie była już tak często polecana, jak na przełomie XIX i XX w. Nie jest też obecna w materiale źródłowym jako wizytówka bądź symbol miasta w granicach Śląska, co pozwala przypuszczać, iż zawarta w powyższym cytacie ocena jej znaczenia bazowała na przedwojennej jeszcze marce.

*Liegnitzer Bombe* została też pominięta w wydawnictwach towarzyszących Wystawie Niemieckiego Ogrodnictwa i Rzemiosła Śląskiego (GUGALI) w 1927 r.<sup>115</sup>, a szczególnie wart odnotowania jest fakt, że podczas jej trwania żaden z miejscowych cukierników nie anonsował piernika w czekoladzie w prasie codziennej. Pozwala to wnioskować o nieobecności specjału w ofercie miejscowych *Conditoren* podczas trwania imprezy – z jednym możliwym wyjątkiem – a tym samym każe nie utożsamiać bomby w wizytówką całego miasta. Odstępstwem tym jest wydany z myślą o wystawie przewodnik po

<sup>111</sup> B. Clemenz, *Heimatkunde von Liegnitz und der Liegnitzer Landschaft*, Liegnitz 1920.

<sup>112</sup> H. Juchhold, *Die Liegnitzer Landschaft [w:] Schlesien. Ein Heimatbuch*, red. W. Müller-Rüdersdorf, Leipzig 1922, s. 230.

<sup>113</sup> *Schlesier-Abend veranstaltet vom Bäcker Innungsverband Schlesien Anlässlich der Großen Bäcker-Fachausstellung vom 1.-9. Juli 1922 in Leipzig*, Leipzig 1922.

<sup>114</sup> F. Jochmann, *Industrie und Handel in Liegnitz [w:] Liegnitz, Goldberg, das schöne Katzbachtal*, Berlin 1925, s. 49.

<sup>115</sup> *Die Stadt Liegnitz*, red. H. Charbonnierin, W. Elsner, B. Salomon, E. Stein, Berlin-Friedenau 1927; A. Jülich, *Liegnitz*, Chemnitz [b.r.w.].

Legnicy, w którym Fiedler zamieścił reklamę „Gebrüder Müller” z piernikiem na pierwszym planie<sup>116</sup>. Jednak w tym działaniu medialnym widzieć należy bardziej promocję marki firmy, a nie samego produktu. Zresztą brak jego reklamy podczas trwania wystawy w „Liegnitzer Zeitung” – tytule uważanym w tym czasie za pierwszy w mieście – skłania do wniosku, iż sama bomba była wypiekami świątecznym, nieoferowanym szerzej poza czasem adwentu. Bomba nie znalazła się też w przewodniku po mieście wydanym w roku dojścia Adolfa Hitlera do władzy<sup>117</sup>. Dopiero opracowanie z końca lat trzydziestych ubiegłego wieku informuje – utrwalając znacznie dłuższą tradycję – iż bomba legnicka była prezentem urodzinowym, jak również podarkiem gwiazdkowym. Inne zawarte w nim ciekawostki, jak obecność w sprzedaży w wielu miastach Niemiec czy też ich produkcja w milionowej skali przez trzech dużych producentów są trudne do zweryfikowania. Podobnie wyolbrzymieniem jest „100 drobnych wytwórców” zajmujących się jej wypiekami w mieście<sup>118</sup>, choć prawdą jest, że w roku 1926 r. działało w Legnicy aż 120 piekarzy<sup>119</sup>.

Lata dwudzieste i trzydzieste ubiegłego wieku nie przyniosły na rynku wydawniczym nowych tytułów poświęconych kuchni śląskiej, a co za tym idzie, nie możemy obserwować procesu przenikania bomby do domowych pieców. Należy zresztą zauważyć, że w latach powojennych liczba edytowanych w Niemczech tytułów kulinarnych wyraźnie zmalała i do wybuchu drugiej wojny światowej nigdy już nie wróciła do poziomu wydawniczego z drugiej połowy XIX w., gdy książki kucharskie osiągały wielomilionowe nakłady. Analiza śląskich kulinariów wskazuje ponadto, iż zarówno w czasach Republiki Weimarskiej, jak i Trzeciej Rzeszy kuchnia śląska funkcjonowała już w swoim tradycyjnym kanonie, a więc zasobie potraw, wypieków i innych specjałów definiujących smak nadodrzańskiej krainy, ukształtowany i ugruntowany przed 1914 r., nie przyjmując żadnych nowości i taka też pozostała do dziś. Pewnym argumentem przemawiającym za niemal wyłącznym wypiekami bomby w oryginalnym kształcie w branży cukierniczej jest zupełny brak małych foremek przeznaczonych do tego celu, nie anonsowanych w prasie legnickiej ani innych miast. Można więc zakładać na tej podstawie, iż nie była ona obecna w domowych piecach w swojej klasycznej strukturze, lecz jako piernik wypiekany w normalnych blachach. Przy czym dwie odnalezione rękopiśmienne domowe książki kucharskie, datowane

<sup>116</sup> *Liegnitz und Umgebubg. Ein Führer für Fremde und Einheimische*, Liegnitz 1927, s. 140.

<sup>117</sup> *Liegnitz. Die Garten- und Piastenstadt und ihre Umgebung*, Berlin 1933.

<sup>118</sup> G. Thiel, *Liegnitzer Bombe* [w:] *Heimatkunde von Liegnitz. Von einer Arbeitsgemeinschaft Liegnitzer Lehrer*, Breslau 1938, s. 25–26.

<sup>119</sup> *Bäckereien* [w:] „*Liegnitzer Adressbuch 1926*”, s. 67–68.

na czasy po 1918 r., wskazują – dając ogólne pojęcie o przeniknięciu piernika do domowych wypieków dużo wcześniej – iż „piernik legnicki” cieszył się także „rodzinną” renomą. W jednej z książek odnajdujemy bombę z wykorzystaniem wśród składników gotowanych ziemniaków<sup>120</sup> (*sic!*), a w drugiej – mąki kukurydzianej<sup>121</sup>. W pierwszym przypadku mamy do czynienia z bardzo tradycyjną, sięgającą odległych czasów – co najmniej pierwszej połowy XIX w. – domową kulturą piekarniczą, śladem której jest książka Marii Wurst. Bazowano wówczas na powszechnym dostępie do kartofli, dodawano je do pieczywa, serników i wielu innych ciast, pierników nie wyłączając. Z kolei mąka kukurydziana była składnikiem, który upowszechnił się dopiero po pierwszej wojnie światowej, co nie oznacza, że nie był dostępny wcześniej w sklepach kolonialnych i nie używano go do wypieku bomby, jak i innych ciast. Jednakże analiza książek kucharskich wydawanych przed 1914 r. wskazuje, że nie stanowiła ona składnika aż tak wielu wypieków, aby móc mówić o jej powszechności w kuchni domowej lub gastronomii.

W wymiarze kulinarnym bomba znalazła uwagę na kartach literatury popularnej dopiero w latach trzydziestych ubiegłego wieku w klasycznym dziś tytule Dory Lotti Kretschmer wydanym po raz pierwszy w 1937 r., a wznawianym wielokrotnie po 1945 r. – ostatni raz w 1988 r. Autorka ukazała w nim, po raz pierwszy od czasów Schrollera, kuchnię śląską w szerszym wymiarze, prezentując specjały regionu w powiązaniu z kulturą i obyczajami nadodrzańskiej krainy, a więc choćby takimi wydarzeniami pisanymi kalendarzem czy życiem jak święta, karnawał, odpust, dożynki, urodziny, chrzest, pierwsza Komunia, wesela i stypa. Pisząc o tradycyjnych specjałach bożonarodzeniowych, stwierdziła o specjale znad Kaczawy:

Nie możemy zapomnieć w żadnym wypadku o bombach legnickich, które są szczególnie tak w formie wykonania, a zwłaszcza swojej zawartości. Zależnie od okoliczności napełniamy małe lub większe okrągłe foremki, a podczas pieczenia ciasto unosi się ku górze tworząc na szczycie charakterystyczną wypukłość. Lśniące – pachnące dodatkami, jakie dodajemy do ciasta – są najprzyjemniejszym rodzajem bomb, o jakich możemy pomyśleć<sup>122</sup>.

Trzy lata wcześniej bomby znalazły uwagę w bardzo popularnym opracowaniu Spaethe, pełnym wprawdzie mitów, legend i głosu ulicy, choć z drugiej strony wartościowym ze względu na liczne przekazy odnoszące się do kultury i codziennych zwyczajów ludności Śląska i jego stolicy. O *Liegnitzer Bombe* czy-

<sup>120</sup> *Koch-Buch* [rękopis bez daty].

<sup>121</sup> *Ibidem*.

<sup>122</sup> D.L. Kretschmer, *Schlesisches Himmelreich*, Breslau–Deutsch Lissa 1937, s. 17.

tamy tam, iż był wypiekiem renomowanym między Odrą a Renem, wysyłanym do konsulatu Niemiec w Kairze, skąd miał trafiać do dyplomatów niemieckich w większości krajów Afryki, a koneserzy zamawiali pierniczki w czekoladzie w krajach skandynawskich i w USA<sup>123</sup>. Data wydania dzieła (1934) nie wymusza korelacji treści z decyzjami władz narodowosocjalistycznego reżimu, niemniej jedno ze wspomnień drukowanych po 1945 r. wspomina, iż w wysyłanych za Atlantyk bombach legnickich – najpewniej dopiero po ustawach norymberskich – Żydzi przemycali do swoich rodzin za oceanem różne kosztowności typu złoto i kamienie szlachetne<sup>124</sup>.

## Kilka faktów na koniec

Prócz Müllerów, Fiedlera i Meyenburgów w latach 1890–1898 bomby legnickie wypiekał Paul Zobel<sup>125</sup>, nazywając je początkowo „prawdziwymi”, z czego zrezygnował już rok po rozpoczęciu wypiekania specjału. Nie można wykluczyć w tej kwestii interwencji kogoś z rodziny Müllerów, na co wskazywać może używanie konsekwentnie przez Zobela w latach działalności zakładu terminu „prawdziwy” w odniesieniu do wypiekanych przez niego *Neisser Konfekt*. W 1921 r. *Liegnitzer Bomben* znalazły się w ofercie Fritza Hocke<sup>126</sup>, lecz nie można ustalić, jak długo je polecał. W piśmiennictwie powojennym utrwalona jest postać wspomnianego już Alfreda Türpitz jako *Conditor*a oferującego wysoko cenione bomby, za które miał zdobyć wyróżnienie już w 1911 r. na wystawie w Legnicy. Ten przekaz rodzinny mija się jednak daleko z faktami, bowiem po pierwsze nie można ustalić na podstawie dostępnych źródeł od kiedy wypiekał bomby, a po drugie rzeczona wystawa miała miejsce w Świdnicy (*Gewerbe- und Industrie-Ausstellung*), zaś Türpitz nie znalazł się wśród jej laureatów<sup>127</sup>. Analogiczną informacją jest rzekoma nagroda zdobyta przez niego w 1930 r. podczas bliżej nieokreślonej wystawy we Wrocławiu, którą nie sposób odnaleźć w źródłach. Te zaś informują, że w 1934 r. tylko trzy nazwiska wypiekały *Liegnitzer Bombe* –

<sup>123</sup> W.E. Spaethe, *Breslau und Schlesien wie es nicht jeder kennt*, Breslau 1934, s. 140–141.

<sup>124</sup> E. Schröter, *Siegfried Fiedler*, „Liegnitzer Heimatblatt”, nr 1 z 2009, s. 9.

<sup>125</sup> *Echt Liegnitzer Bomben*, „Liegnitzer Tageblatt”, nr 288 z 19 XII 1890; *Bienenkörbe*, *ibidem*, nr 292 z 14 XII 1898.

<sup>126</sup> *Konditorei und Kaffee Fritz Hocke*, *ibidem*, nr 290 z 11 XII 1921.

<sup>127</sup> *Zob. Prämiirungsliste Gewerbe- und Industrie-Ausstellung Schweidnitz 1911*, „Ausstellungs-Zeitung Gewerbe- und Industrie-Ausstellung Schweidnitz”, nr 88 z 16 IX 1911.

Müller (Fiedler), Meyenburg i Türpitz<sup>128</sup> – przy czym nie wzmiankują o żadnych wyróżnieniach ostatniego z nich w schyłkowych latach Republiki Weimarskiej.

20 września 1928 r. bomba legnicka rozbłysła swoją lokalną sławą przy okazji wizyty w mieście prezydenta Paula von Hindenburga, stając się na chwilę wizytówką całego miasta, która to rola nieczęsto zapisana się na kartach historii. Gdy jeden z pierwszych generałów Wielkiej Wojny po stronie cesarstwa Rzeszy Niemieckiej wysiadł na dworcu ze swojej salonki, przywitał go nadburmistrz Hans Arno Charbonnier słowami: „Witamy Pana prezydenta w starym piastowskim grodzie”, na co głowa państwa miała odpowiedzieć wobec ludzi zgromadzonych na peronie: „Gdzie zawsze jadłem najsmaczniejsze bomby”<sup>129</sup>. Nie była to tylko kurtuazja z jego strony, bowiem jako dwunastolatek (1859) zaczynał swoją karierę wojskową w działającej od 1836 r. Królewskiej Szkole Kadetów (*Königliche Kadettenanstalt*) w poklasztornym założeniu bernardynów w Legnickim Polu. Jej kadeci bywali często w cukierni braci Müllerów – donosi dużo późniejsze źródło – nazywając ją „omnibusem”, być może od środka lokomocji, którym przyjeżdżali do Legnicy. Wizyta prezydenta nad Kaczawą trwała w 1928 r. raptem kilka godzin, a jej najważniejszą częścią było późne, uroczyste śniadanie w domu bractwa kurkowego (*Schiesshaus*). Gdy około godziny 14 prezydent znalazł się ponownie na dworcu, odebrał należne honory, a grupka dzieci wręczyła mu od mieszkańców miasta podarek w postaci kosza udekorowanego kwiatami z jedną bardzo dużą bombą mówiąc: „Panie prezydencie, to najbardziej pokojowa bomba”, na co Hindenburg odpowiedział: „Ta bomba jest mi najbliższa ze wszystkich innych”<sup>130</sup>. Owa duża bomba o średnicy 42 cm była nazywana przez legniczan „gruba Berta” (*dicke Bertha*), co było nawiązaniem do największego niemieckiego moździerzka obłężniczego pierwszej wojny światowej o kalibrze 420 mm.

Po przejściu władzy w Niemczech przez narodowych socjalistów z Adolfem Hitlerem na czele, redakcja „*Liegnitzer Tageblatt*” zaczęła poświęcać na swoich łamach więcej uwagi bombie legnickiej, co było związane z podjętymi przez magistrat działaniami promującymi pierniczki w czekoladzie. Z inicjatywy władz miasta została nawiązana współpraca z prywatną wrocławską rozgłośnią radiową *Schlesische Funkstunde AG*, a efektem był reportaż z zakładu „*Gebrüder Müller*” nadany 6 grudnia 1934 r., który znalazł oddźwięk zarówno w miejscowej

<sup>128</sup> *Der Rundfunk beim Weihnachtsbäcker. Reportage bei der Bombenfabrikation*, „*Liegnitzer Tageblatt*”, nr 287 z 7 XII 1934.

<sup>129</sup> *Rückschau auf den Liegnitzer Hindenburg-Tag*, *ibidem*, nr 244 z 22 IX 1928.

<sup>130</sup> *Abfahrt des Reichspräsidenten*, *ibidem*, nr 233 z 21 IX 1928.

prasie<sup>131</sup>, jak i na łamach tygodnika radiowego wydawanego przez nadawcę. Podkreślano znaczenie „rodzinnych tajemnic” dla jakości i smaku pierniczków w polewie czekoladowej<sup>132</sup>. Słuchacze dowiedzieli się m.in., że wypiek bomb rozpoczął się dwa miesiące przed Bożym Narodzeniem, a praca cukierni była w dużej części zmechanizowana. Ciasto wyrabiano w kadzi o pojemności blisko 3 500 litrów, zaś polewę czekoladową podgrzewano elektrycznie jedynie do temperatury 36°C, co miało zapobiegać jej szarzeniu po wystygnięciu. Bomby w dużych rozmiarach wypiekano tylko na zamówienie. Duża część produkcji do początku grudnia szła na rynki zewnętrzne, a Paul Fiedler zauważał z zadowoleniem, że wśród odbiorców w całych Niemczech wielu podkreślało swoje „związki z miastem Akademii Rycerskiej”. W kolejnych latach, do wybuchu drugiej wojny światowej, bomba nie była już promowana przez władze miasta – kilka drobnych informacji prasowych niewiele wnosi do całości omawianych zagadnień. Nie stała się też miejskim symbolem scalającym wspólnotę narodową (*Volksgemeinschaft*) w lokalnym wymiarze, jak miało to miejsce nad Odrą w przypadku kielbaski jaworskiej i festynów miejskich organizowanych pod jej nazwą (*Jauersche Wurstelfest*) w dwuletnim cyklu (1933, 1935, 1937, 1939). Abstrahując od braku zaangażowania władz Legnicy w promocję bomby, nie możemy pominąć jej znaczenia w działaniach opiniotwórczych ośrodków turystycznych Śląska, czego przykładem jest publikacja z 1838 r. promująca *Liegnitzer Bombe* jako najbardziej znany wypiek regionu obok *Neisser Konfekt* i *Warmbrunner Gebäck*<sup>133</sup>.

## Słów kilka o bomby pieczeniu

Nie jest znana oryginalna receptura *Liegnitzer Bombe*. Dostępne źródła kulinarne nie pozwalają na określenie przepisu, z jakiego korzystali bracia Müllerowie. W przekazanym przez Marię Wurst – najstarszym dostępnym – odnajdujemy sztuczny miód i ziemniaki, co z jednej strony wskazuje na praktyczność autorki, biorąc pod uwagę cenę miodu prawdziwego, a z drugiej na bardzo domowy charakter ciasta, gdyż gotowane ziemniaki dodawane do mącznych wypieków przedłużały ich trwałość. Być może z uwagi na sprzedaż bomby przez braci Müllerów na rynkach zewnętrznych podjęli oni starania o przedłużenie trwałości wypieku. Być może też gotowane kartofle zaczął dodawać dopiero Franz

<sup>131</sup> *Der Rundfunk beim Weihnachtsbäcker...*

<sup>132</sup> *Kritik der Woche*, „Ostdeutsche Funkwoche”, nr 50 z 1934, s. 6.

<sup>133</sup> *Schönes Kulturland Schlesien*, Breslau 1938, [b.p.]

Meyenburg, produkując bomby na dużą skalę, w czym tkwi trudne do wyjaśnienia miano „ulepszonych” używane w reklamach, przy czym anonsowana przez niego „wilgotność” pierniczek mogłaby na to wskazywać. Niemniej ziemniaki były dodawane do pierników dużo, dużo wcześniej<sup>134</sup>, a w przekazie Marii Wurst kryć się może dawna oryginalność specjału. Również w wielu współcześnie edytowanych książkach kucharskich po zachodniej stronie Odry gotowane kartofle są często proponowane wśród składników *Liegnitzer Bombe*, w czym można upatrywać tradycyjnego charakteru piernika. Jeśli zaś bracia Müllerowie czy Franz Meyenburg zdecydowali się na ich użycie, to warto zauważyć, że w głównym nurcie dziewiętnastowiecznej literatury kulinarnej Niemiec, a więc w dziesiątkach tytułów najczęściej wznawianych do wybuchu I wojny światowej, nie polecano gotowanych ziemniaków do żadnego z pierników zaliczanych do kanonu korzennych wypieków między Odrą a Renem, a więc norymberskich, acheńskich, toruńskich, bazylejskich, nyskich, ale też berlińskich, lubeckich, bremeńskich, magdeburskich czy z miasta Pulsnitz na Górnych Łużycach.

## Wnioski

Bomba legnicka to dziś pierniczek przywracany pamięci i podniebieniom. Nie jest jeszcze obecny powszechnie w sprzedaży, nie kształtuje lokalnej (regionalnej) tożsamości, nie gra też roli wizytówki miasta nad Kaczawą – większość mieszkańców Śląska nie słyszała o nim – jest za to artefaktem przeszłości kultury niematerialnej, dzięki któremu wzrasta zainteresowanie przeszłością i jej rozumienie. Wiele innych dawnych legnickich smaków i ozdób stołów wciąż czeka na odkrycie i promocję, by wspomnieć tylko legnickie ogórki kiszone, legnicki bowl, flaczki legnickie, legnicką sałatkę ze śledzia, kiełbasę legnicką, wytłaczane w mieście wina owocowe, a przede wszystkim legnickie ogórki duszone, co pozwala mieć nadzieję na ich rozpropagowanie, szczególnie biorąc pod uwagę wzrastającą współcześnie popularność kulinariów historycznych. Niniejszy artykuł nie mieści się wprawdzie w ramach takich działań, niemniej może stać się załącznikiem przyszłych inicjatyw lansujących dawne legnickie specjały. Z pewnością jest bowiem omyłką historii, iż w mieście słynącym niegdyś z pierniczka oblewanego czekoladą bardziej znane są dziś toruńskie katarzynki, z którymi *Liegnitzer Bombe* konkurowała od swych narodzin na bożonarodzeniowych

<sup>134</sup> *Hundert und siebenzehn Vorschriften den größten Nutzen aus den Kartoffeln zu ziehen*, Nürnberg 1833, s. 83.

stołach Śląska. Należy też pamiętać i szczególnie podkreślić, że niezależnie od współczesnej – miejmy nadzieję, nie dłużej już – nieobecności nadziewanej bakaliami bomby nad Kaczawą, Legnica zasługuje w pełni na miano miasta pierników.

## Streszczenie

### *Liegnitzer Bombe. Z dziejów sławnego piernika w świetle źródeł (część 2)*

Bomba legnicka (*Liegnitzer Bombe*) to jeden z najsłynniejszych śląskich pierników z czasów przed zakończeniem drugiej wojny światowej. Dziś niemal zupełnie zapomniany, odzyskuje powoli dawną świetność. Szeroko zakrojona kwerenda pozwoliła na zrewidowanie dotychczasowej wiedzy oraz przedstawienie historii specjału obejmującej jej twórców i późniejszych producentów, obecność na mapie Śląska, renomę wypieku, jego miejsce w literaturze kulinarnej, a także znaczenie kulturowe.

## Abstract

### *Liegnitzer Bombe. From the history of the famous gingerbread in the light of sources (part 2)*

*Bomba legnicka (Liegnitzer Bombe)* is one of the most famous Silesian kinds of gingerbread cake from before the Second World War. Nowadays, it is almost forgotten, but it is slowly regaining its former glory. An extensive source search helped us revise the existing knowledge and allowed us to present the gingerbread's history in terms of its creators, later producers, presence in the region, reputation, place in the culinary literature and cultural significance.